



CHƯƠNG TRÌNH ĐÀO TẠO

1. Thông tin chung

a) Tên ngành đào tạo:

- + Tiếng Việt: Marketing (chuyên ngành Marketing Số; Quản trị Vận hành Marketing)
- + Tiếng Anh: Marketing (specializing in Digital Marketing; Marketing Operation Management)

b) Mã ngành đào tạo: 7340115

c) Loại hình đào tạo: Chính quy

d) Ngôn ngữ đào tạo: Tiếng Anh

đ) Thời gian đào tạo: 4 năm

e) Tên văn bằng sau khi tốt nghiệp:

- + Tiếng Việt: Cử nhân Marketing
- + Tiếng Anh: Bachelor of Business in Marketing

f) Địa điểm đào tạo: Trường Đại Học Quốc Tế - Đại Học Quốc Gia TP.HCM

2. Thông tin tuyển sinh và kế hoạch đào tạo

a) Đối tượng tuyển sinh

- Thí sinh đã tốt nghiệp chương trình THPT của Việt Nam;
- Thí sinh đã tốt nghiệp chương trình THPT của nước ngoài ở Việt Nam hoặc ở nước ngoài;

b) Hình thức tuyển sinh

- Xét tuyển dựa trên kết quả kỳ thi Tốt nghiệp trung học phổ thông (THPT)
- Ưu tiên xét tuyển theo quy định của Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh (ĐHQG-HCM).
- Xét tuyển thẳng, ưu tiên xét tuyển theo quy định của Bộ Giáo dục và Đào tạo
- Ưu tiên xét tuyển thẳng thí sinh giỏi, tài năng của trường THPT theo quy định của ĐHQG-HCM
- Xét tuyển dựa trên kết quả kỳ thi Đánh giá năng lực do ĐHQG-HCM tổ chức.
- Xét tuyển đối với thí sinh có chứng chỉ tú tài quốc tế hoặc tốt nghiệp chương trình THPT nước ngoài, các trường THPT có yếu tố nước ngoài.
- Xét tuyển kết quả học tập THPT (dành cho các ngành đào tạo thuộc chương trình liên kết)

c) Tổ hợp môn dự tuyển:

Phương thức 1 và 2: Khối: A00, A01, D01, D07

Phương thức 4: môn Toán, Văn, Anh văn

d) Dự kiến chỉ tiêu tuyển sinh, quy mô đào tạo

Dự kiến chỉ tiêu tuyển sinh, quy mô đào tạo trong 5 năm đầu của ngành đào tạo:



Năm	2024	2025	2026	2027	2028	2029	Từ 2030 trở đi
Tuyển sinh mới	50	50	50	70	70	70	80
Quy mô đào tạo	50	100	150	220	240	260	290

e) Dự kiến học phí chương trình đào tạo ngành Marketing:

Học phí (thu theo số tín chỉ đăng kí học tập theo quy định của Đại học Quốc tế - ĐHQT), ngân sách và các nguồn tài trợ khác. Lý do như sau: Trường Đại học Quốc tế đã đạt chuẩn kiểm định cấp cơ sở giáo dục của Bộ giáo dục và Đào tạo năm 2016 và chuẩn cấp cơ sở giáo dục của AUN-QA năm 2018. Khoa Quản trị kinh doanh đã có chương trình đào tạo đạt chuẩn đánh giá theo AUN-QA là Quản trị Kinh doanh (năm 2012, 2017). Do đó chương trình Marketing được đào tạo cùng điều kiện về đội ngũ, cơ sở vật chất như chương trình đào tạo trên, và chuẩn chương trình đào tạo cũng tương tự, do đó học phí cho chương trình đào tạo ngành Marketing sẽ được thu theo mức học phí của chương trình đào tạo trên và theo Đề án đổi mới cơ chế hoạt động của Trường Đại học Quốc tế.

3. Mục tiêu đào tạo

a) Mục tiêu chung:

Khoa Quản trị Kinh doanh – trường Đại học Quốc tế có sứ mạng dẫn dắt và truyền đạt kinh nghiệm giúp sinh viên phát triển kiến thức và các kỹ năng quản trị cần thiết. Từ đó, sinh viên ra trường có đủ khả năng để thực hiện các công việc bản thân yêu thích và là nhân tố đóng góp tích cực cho sự phát triển chung của xã hội.

Triết lý đào tạo cử nhân Marketing tại Khoa QTKD là ‘*Kiến thức làm nền tảng - Kỹ năng làm chủ đạo - Chuyên nghiệp trong hành động - Thích ứng linh hoạt*’ (Knowledge as Foundation, Skills as Mastery, Professionalism as Conduct, Adaptability as Advantage). Mục tiêu chung của chương trình Marketing là đào tạo được những cử nhân ngành Marketing có nền tảng kiến thức chuyên môn và ngành vững chắc, phẩm chất tốt, có đạo đức nghề nghiệp, khả năng tự chủ và trách nhiệm với xã hội cao, có khả năng tư duy sáng tạo, có các kỹ năng cần thiết trong nghề nghiệp phù hợp với các chuyên ngành đào tạo về Marketing Số (Digital Marketing) và Quản trị Vận hành Marketing (Marketing Operation Management) thích ứng sự biến đổi nhanh và khó dự báo của môi trường kinh doanh.

b) Mục tiêu cụ thể (Program Objectives- POs):

Chương trình đào tạo ngành Marketing tại Khoa Quản trị Kinh doanh của Trường Đại học Quốc tế cung cấp cho sinh viên khối kiến thức, kỹ năng làm việc theo 02 chuyên ngành: Marketing Số và Marketing Vận hành. Mục tiêu cụ thể như sau:

PO1: Trang bị cho người học các kiến thức nền tảng về kinh tế, xã hội, quản lý, pháp luật vào giải quyết vấn đề thực tiễn.



PO2: Cung cấp cho người học các lý thuyết, mô hình, phương pháp, kỹ năng quản trị vận hành Marketing và Marketing số vào việc lập kế hoạch, tổ chức triển khai các hoạt động Marketing, kiểm soát quy trình và hệ thống Marketing cho cá nhân và tổ chức trên nền tảng số hóa và truyền thông.

PO3: Phát triển người học các khả năng tư duy phản biện, đổi mới, sáng tạo, truyền thông hiệu quả, thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh, khả năng giải quyết vấn đề, khả năng tự học và nghiên cứu, khả năng quản lý thời gian và hợp tác chuyên nghiệp nhằm phục vụ tốt cho công việc.

PO4: Giúp người học sử dụng thành thạo các kỹ năng công nghệ thông tin cho việc triển khai các ứng dụng Marketing trên nền tảng số.

PO5: Giúp người học phát triển khả năng ngoại ngữ (tiếng Anh) đáp ứng yêu cầu làm việc trong môi trường toàn cầu.

PO6: Có thái độ tốt, mức tự chủ và chịu trách nhiệm cao, có đạo đức nghề nghiệp chuyên nghiệp, có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng.

Tính kết nối giữa Mục tiêu của chương trình đào tạo và Tầm nhìn- Sứ mạng Trường Đại học Quốc tế với MTGD được quy định tại Luật giáo dục Đại học

		Mục tiêu CTĐT (Program Objectives- POs)
Luật Giáo dục Đại học 2012	Có kiến thức chuyên môn toàn diện, nắm vững nguyên lý, quy luật tự nhiên - xã hội	PO1, PO2, PO3
	Có kỹ năng thực hành cơ bản	PO2, PO3, PO4
	Có khả năng làm việc độc lập, sáng tạo và giải quyết những vấn đề thuộc ngành được đào tạo	PO3, PO6
Tầm nhìn của Trường ĐHQT	Trường ĐHQT là trường đại học nghiên cứu thuộc tốp đầu tại châu Á; là CSGD quốc tế, tự chủ, sáng tạo; là nơi vun đắp và phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao cho thị trường lao động trong nước và quốc tế.	PO1, PO2, PO3, PO4, PO5, PO6
Sứ mạng của Trường ĐHQT	Là CSGD quốc tế, mang bản sắc văn hóa Việt Nam	PO1, PO2, PO3, PO4, PO5, PO6
	CSGD đại học đi tiên phong trong đổi mới cơ chế quản trị đại học theo mô hình tự chủ và tiên tiến.	PO3



	Đào tạo chất lượng cao đa ngành – đa lĩnh vực. Đạt chuẩn kiểm định chất lượng giáo dục theo tiêu chuẩn quốc tế/ khu vực cho tất cả các CTĐT.	PO1, PO2
	Giảng dạy và nghiên cứu thực hiện bằng tiếng Anh là điểm khác biệt nâng tầm quốc tế của nhà trường. SV được đào tạo và rèn luyện để trở thành công dân toàn cầu và có trách nhiệm với xã hội, dẫn dắt xã hội trong tương lai.	PO5, PO6

4. Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo:

Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo được xác định từ các mục tiêu cụ thể. Với mỗi nhóm mục tiêu kiến thức, kỹ năng, mức tự chủ và trách nhiệm cần xác định các chuẩn đầu ra tương ứng. Chuẩn đầu ra bảo đảm đầy đủ theo quy định về chuẩn đầu ra theo các bậc/trình độ tương ứng tại phụ lục “Bảng mô tả Khung trình độ Quốc gia Việt Nam” kèm theo Quyết định số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ)

Thang đo CDR của CTĐT Marketing	Nội dung chuẩn đầu ra (Trình độ năng lực theo thang Bloom)
PLO1	<i>Nắm vững các kiến thức nền tảng về kinh tế, xã hội, quản lý, chính trị và pháp luật vào giải quyết vấn đề thực tiễn trong kinh doanh.</i>
PLO2	<i>Nắm vững các khái niệm, nguyên lý và lý thuyết cốt lõi của Marketing bao gồm hành vi người tiêu dùng, nghiên cứu thị trường, chiến lược marketing, marketing quốc tế, tiếp thị số, quảng cáo trực tuyến, và quản lý mạng xã hội, và phân tích thị trường.</i>
PLO3	<i>Kỹ năng vận dụng các lý thuyết, mô hình, phương pháp của quản trị Marketing vào việc thiết kế và triển khai các chiến lược marketing, sử dụng các phương tiện truyền thông để giao tiếp và quảng bá sản phẩm/dịch vụ, xây dựng và duy trì mối quan hệ tốt với khách hàng, đảm bảo sự hài lòng và trung thành của khách hàng trong cả môi trường số hóa và môi trường Marketing truyền thống.</i>
PLO4	<i>Khả năng tư duy phản biện, đổi mới, sáng tạo, truyền thông hiệu quả, thích ứng với sự thay đổi của môi trường kinh doanh, khả năng giải quyết vấn đề,</i>



	<i>khả năng tự học và nghiên cứu, khả năng quản lý thời gian và hợp tác chuyên nghiệp nhằm phục vụ tốt cho công việc.</i>
PLO5	<i>Sử dụng các kỹ năng công nghệ thông tin cho việc triển khai các ứng dụng Marketing trên nền tảng số.</i>
PLO6	<i>Có thái độ và đạo đức nghề nghiệp chuyên nghiệp, mức độ tự chủ cao và có trách nhiệm với xã hội và cộng đồng trong hoạt động kinh doanh ở môi trường toàn cầu.</i>

Đối chiếu CDR của CTĐT ngành Marketing và CDR theo Khung trình độ Quốc gia Việt Nam - Bậc 6 (theo QĐ số 1982/QĐ-TTg ngày 18 tháng 10 năm 2016 của Thủ tướng Chính phủ)

Chuẩn đầu ra (CDR)	Nội dung Chuẩn đầu ra theo Khung trình độ Quốc gia Việt Nam (bậc 6)	Chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo Ngành Marketing tại Trường ĐHQT
Kiến thức		
KT1	- Kiến thức thực tế vững chắc; kiến thức lý thuyết sâu, rộng trong phạm vi của ngành đào tạo.	PLO1, PLO2
KT2	- Kiến thức cơ bản về khoa học xã hội, khoa học chính trị và pháp luật - Kiến thức về công nghệ thông tin	PLO1, PLO2
KT3	- Kiến thức cơ bản về lập kế hoạch, tổ chức và giám sát các quá trình trong một lĩnh vực hoạt động cụ thể. - Kiến thức cơ bản về hoạt động chuyên môn	PLO1, PLO2
Kỹ năng		
KN1	- Kỹ năng phản biện, phê phán và sử dụng các giải pháp thay thế trong điều kiện môi trường không xác định hoặc thay đổi. - Kỹ năng truyền đạt vấn đề và giải pháp tới người khác tại nơi làm việc; chuyển tải, phổ biến kiến thức, kỹ năng trong việc thực hiện những nhiệm vụ cụ thể hoặc phức tạp.	PLO3, PLO4



	- Có năng lực ngoại ngữ bậc 3/6 Khung năng lực ngoại ngữ của Việt Nam.	
KN2	- Kỹ năng cần thiết để có thể giải quyết các vấn đề phức tạp. - Kỹ năng dẫn dắt, khởi nghiệp, tạo việc làm cho mình và cho người khác. - Kỹ năng đánh giá chất lượng công việc sau khi hoàn thành và kết quả thực hiện của các thành viên trong nhóm.	PLO3, PLO4, PLO5
Mức tự chủ và trách nhiệm		
TCTN1	- Hướng dẫn, giám sát những người khác thực hiện nhiệm vụ xác định. - Lập kế hoạch, điều phối, quản lý các nguồn lực, đánh giá và cải thiện hiệu quả các hoạt động - Làm việc độc lập hoặc làm việc theo nhóm trong điều kiện làm việc thay đổi, chịu trách nhiệm cá nhân và trách nhiệm đối với nhóm.	PLO4, PLO6
TCTN2	- Tự định hướng, đưa ra kết luận chuyên môn và có thể bảo vệ được quan điểm cá nhân.	PLO4, PLO6

5. Ma trận giữa mục tiêu đào tạo và chuẩn đầu ra

PLOs (CDR)	POs (Mục tiêu đào tạo)					
	PO1	PO2	PO3	PO4	PO5	PO6
PLO1	X				X	
PLO2		X			X	
PLO3		X			X	
PLO4			X		X	
PLO5				X	X	
PLO6					X	X



6. Quy trình đào tạo, điều kiện tốt nghiệp

Căn cứ theo Quyết định số 1342/QĐ-ĐHQG ngày 30 tháng 9 năm 2022 của Giám đốc Đại học Quốc gia TP.HCM về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học.

Căn cứ theo Quyết định số 719/QĐ-ĐHQT ngày 06 tháng 12 năm 2021 của Hiệu trưởng Trường Đại học Quốc tế về việc ban hành Quy chế đào tạo trình độ đại học theo hệ thống tín chỉ tại trường Đại học Quốc tế thuộc Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.

Chương trình đào tạo được thiết kế theo phương thức đào tạo tín chỉ gồm 8 học kỳ chính thức và 03 học kỳ hè, bao gồm 120 tín chỉ.

Sinh viên được xem xét cấp bằng tốt nghiệp khi thỏa mãn đầy đủ các điều kiện sau:

- Tích lũy đủ học phần, số tín chỉ và hoàn thành các nội dung bắt buộc khác theo yêu cầu của chương trình đào tạo, đạt chuẩn đầu ra của chương trình đào tạo;
- Điểm trung bình tích lũy của toàn khóa học đạt từ trung bình trở lên;
- Đạt chuẩn đầu ra ngoại ngữ, chứng chỉ GDQP-AN, GDTC và hoàn thành các học phần điều kiện theo quy định của ĐHQG-TPHCM và của trường ĐHQT;
- Tại thời điểm xét tốt nghiệp không bị không bị truy cứu trách nhiệm hình sự hoặc không đang trong thời gian bị kỷ luật ở mức đình chỉ học tập;
- Thực hiện đầy đủ trách nhiệm và nghĩa vụ theo các quy định, quy chế của nhà trường đã được ban hành chính thức.

7. Thang điểm

Xếp loại	Thang điểm 100	Điểm chữ	Thang điểm 4
Xuất sắc	Từ 90 đến 100	A+	4,0
Giỏi	Từ 80 đến cận 90	A	3,5
Khá	Từ 70 đến cận 80	B+	3,0
Trung bình khá	Từ 60 đến cận 70	B	2,5
Trung bình	Từ 50 đến cận 60	C	2,0
Yếu	Từ 40 đến cận 50	D+	1,5
Kém	Từ 30 đến cận 40	D	1,0
	Dưới 30	F	0,0

8. Khối lượng kiến thức toàn khoá

Tổng số tín chỉ: 120 tín chỉ, trong đó phân bổ kiến thức như sau (không bao gồm giáo dục thể chất và giáo dục quốc phòng):



TT	Các khối kiến thức	Số tín chỉ			
		Tổng cộng	%	Bắt buộc	Tự chọn
I	Khối kiến thức giáo dục đại cương	46	38%	43	3
II	Khối kiến thức cơ sở ngành	38	32%	29	9
III	Kiến thức chuyên ngành	18	15%	12	6
V	Thực tập, khóa luận/luận văn tốt nghiệp	18	15%	18	-
	Tổng cộng	120	100%	102	18

9. Nội dung chương trình đào tạo

(Liệt kê tất cả các môn học thuộc CTĐT, phân theo các khối kiến thức giáo dục đại cương, Kiến thức cơ sở ngành, Kiến thức chuyên ngành, Kiến thức bổ trợ, Thực tập, khóa luận/luận văn tốt nghiệp, trình bày như bảng sau)

STT	Mã MH	Tên môn học (MH)		Loại MH (bắt buộc/tự chọn)	Tín chỉ			Phòng TN (**)
		Tiếng Việt	Tiếng Anh		Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành/Thí nghiệm	
1. Kiến thức giáo dục đại cương								
1.1 Các môn lý luận chính trị								
1	PE015IU	Triết học Mác-Lênin	Philosophy of Marxism-Leninism	Bắt buộc	3	3	0	
2	PE016IU	Kinh tế chính trị Mác-Lênin	Marxist-Leninist Political Economy	Bắt buộc	2	2	0	
3	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	Scientific Socialism	Bắt buộc	2	2	0	
4	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	History of Vietnamese Communist Party	Bắt buộc	2	2	0	



5	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	Ho Chi Minh's Thoughts	Bắt buộc	2	2	0	
Tổng cộng					11	11	0	
1.2 Khoa học xã hội - nhân văn – Nghệ thuật: 18 tín chỉ gồm 15 tín chỉ bắt buộc và 3 tín chỉ tự chọn								
- Học phần bắt buộc:								
6	PE008IU	Tư Duy Phân Biện	Critical Thinking	Bắt buộc	3	3	0	
7	BA117IU	Kinh tế vi mô	Introduction to Microeconomics	Bắt buộc	3	3	0	
8	BA119IU	Kinh tế vĩ mô	Introduction to Macroeconomics	Bắt buộc	3	3	0	
9	BA123IU	Nguyên lý quản trị	Principles of Management	Bắt buộc	3	3	0	
10	PE021IU	Pháp Luật Đại cương	General Law	Bắt buộc	3	3	0	
- Học phần tự chọn: chọn 1 môn tương đương 3 tín chỉ								
11	BA118IU	Giới thiệu về Tâm lý học	Introduction to Psychology	Tự chọn	3	3	0	
12	BA197IU	Giới thiệu về Xã hội học	Introduction to Sociology	Tự chọn	3	3	0	
Tổng cộng					18	18	0	
1.3 Toán – Tin học - Khoa học tự nhiên – Công nghệ - Môi trường								
13	BA282IU	Toán trong kinh doanh	Maths for business	Bắt buộc	3	3	0	
14	BA080IU	Thống kê ứng dụng trong kinh doanh	Statistics for business	Bắt buộc	3	3	0	
15	BA120IU	Tin học quản lý	Business Computing Skills	Bắt buộc	3	3	0	
Tổng cộng					9	9	0	
1.4 Ngoại ngữ								



16	EN008IU	Tiếng Anh chuyên ngành 1 (kỹ năng nghe AE1)	Academic English 1 (listening skill)	Bắt buộc	2	2	0	
17	EN007IU	Tiếng Anh chuyên ngành 1 (kỹ năng viết AE1)	Academic English 1 (writing skill)	Bắt buộc	2	2	0	
18	EN012IU	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng nói)	Academic English 2 (speaking skill)	Bắt buộc	2	2	0	
19	EN011IU	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng viết)	Academic English 2 (writing skill)	Bắt buộc	2	2	0	
Tổng cộng					8	8	0	
1.5 Giáo dục thể chất								
20	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	Physical Training 1	Bắt buộc	3	0	3	
21	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	Physical Training 2	Bắt buộc	3	0	3	
Tổng cộng					6	0	6	
1.6 Giáo dục quốc phòng								
2 Kiến thức giáo dục chuyên nghiệp								
2.1 Kiến thức cơ sở của ngành: 38 tín chỉ gồm 29 tín chỉ bắt buộc và 9 tín chỉ tự chọn.								
- Các học phần bắt buộc								
22	BA003IU	Nguyên lý Marketing	Principles of Marketing	Bắt buộc	3	3	0	
23	BA256IU	Workshop 1	Workshop 1	Bắt buộc	3	3	0	
24	BA083IU	Hành vi khách hàng	Consumer Behavior	Bắt buộc	3	3	0	
25	BA286IU	Quản trị Marketing	Marketing Management	Bắt buộc	3	3	0	
26	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	Marketing Analytics and Metrics	Bắt buộc	3	3	0	
27	BA140IU	Mô phỏng Marketing	Marketing Simulation	Bắt buộc	3	0	3	



28	BA142IU	Chiến lược Marketing	Marketing Strategy	Bắt buộc	3	3	0	
29	BA161IU	Phương pháp nghiên cứu kinh doanh	Business Research Methods	Bắt buộc	3	3	0	
30	BA035IU	Nghiên cứu Marketing	Marketing Research	Bắt buộc	3	3	0	
31	BA275IU	Workshop 2	Workshop 2	Bắt buộc	2	2	0	
- Các học phần tự chọn: Lựa chọn 3 môn tương đương 9 tín chỉ								
32	BA145IU	Marketing quốc tế	International Marketing	Tự chọn	3	3	0	
33	BA094IU	Quảng cáo & PR	Advertising and PR	Bắt buộc	3	3	0	
34	BA016IU	Nguyên lý Quản trị Tài chính	Fundamental of Financial Management	Tự chọn	3	3	0	
35	BA044IU	Marketing Dịch vụ	Service Marketing	Tự chọn	3	3	0	
36	BA031IU	Quản trị quan hệ công chúng	Public Relations Management	Tự chọn	3	3	0	
37	BA045IU	B2B Marketing	B2B Marketing	Tự chọn	3	3	0	
38	BA005IU	Kế toán tài chính	Financial Accounting	Tự chọn	3	3	0	
39	BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh	Business Communication	Tự chọn	3	3	0	
40	BA115IU	Quản trị Kinh doanh Đại cương	Introduction to Business Administration	Tự chọn	3	3	0	
41	BA162IU	Quản trị Chiến lược	Strategy Formulation and Implementation	Tự chọn	3	3	0	
42	BA032IU	Quản lý bán hàng	Sale Management	Tự chọn	3	3	0	



43	BA020IU	Đạo đức kinh doanh	Business Ethics	Tự chọn	3	3	0	
Tổng cộng					38	35	3	
2.2 Kiến thức chuyên ngành								
2.2.1 Chuyên ngành Marketing Số (Digital Marketing): 18 tín chỉ gồm (12) tín chỉ bắt buộc và 6 tín chỉ tự chọn.								
- Các học phần bắt buộc:								
44	BA288IU	Chiến lược Marketing Số	Digital Marketing Strategy	Bắt buộc	3	3	0	
45	BA289IU	Marketing Truyền thông Xã hội và Di động	Social Media and Mobile Marketing	Bắt buộc	3	2	1	
46	BA290IU	Marketing Nội dung Số	Digital Content Marketing	Bắt buộc	3	3	0	
47	BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing	AI in Marketing	Bắt buộc	3	2	1	
- Các học phần tự chọn: chọn 6 tín chỉ từ các danh mục các môn học sau:								
48	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	Digital Buisness	Tự chọn	3	2	1	
49	BA148IU	Marketing Số	Digital Marketing	Tự chọn	3	3	0	
50	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	Integrated Marketing Communications	Tự chọn	3	2	1	
51	BA294IU	Website Marketing	Website Marketing	Tự chọn	3	2	1	
52	BA295IU	Tính báo Marketing	Marketing Intelligence	Tự chọn	3	2	1	
53	BA296IU	Bán lẻ Đa Kênh	Omnichannel Retailing	Tự chọn	3	3	0	
54	BA297IU	Marketing qua người có tầm ảnh hưởng	Influencer Marketing	Tự chọn	3	2	1	



Tổng cộng					18	11	7	
2.2.2 Chuyên ngành Quản trị Vận hành Marketing (Marketing Operation Management): 18 tín chỉ gồm 12 tín chỉ bắt buộc và 6 tín chỉ tự chọn.								
- Các học phần bắt buộc:								
55	BA082IU	Quản trị thương hiệu	Brand Management	Bắt buộc	3	3	0	
56	BA182IU	Quản trị Quan hệ khách hàng	Customer Relationship Management	Bắt buộc	3	3	0	
57	BA295IU	Tình báo Marketing	Marketing Intelligence	Bắt buộc	3	2	1	
58	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	Digital Buisness	Bắt buộc	3	2	1	
- Các học phần tự chọn: chọn 6 tín chỉ từ các danh mục các môn sau:								
59	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	Integrated Marketing Communications	Tự chọn	3	2	1	
60	BA023IU	Quản trị Dự án trong Marketing	Project Management on Marketing	Tự chọn	3	2	1	
61	BA183IU	Kênh Marketing	Marketing Channels	Tự chọn	3	3	0	
62	BA045IU	Tiếp thị B2B	B2B Marketing	Tự chọn	3	3	0	
63	BA027IU	Thương mại điện tử	E-commerce	Tự chọn	3	3	0	
64	BA294IU	Website Marketing	Website Marketing	Tự chọn	3	2	1	
65	BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing	AI in Marketing	Tự chọn	3	2	1	
66	BA289IU	Marketing Truyền thông Xã hội và Di động	Social Media and Mobile Marketing	Tự chọn	3	2	1	
67	BA149IU	Lập kế hoạch sản phẩm mới	New Product Planning	Tự chọn	3	3	0	



Tổng cộng					18	11	7	
3 Luận văn tốt nghiệp, thực tập								
68	BA153IU	Thực tập	Internship	Bắt buộc	3	0	3	
69	BA255IU	Thực tập chuyên sâu	Specialized Internship	Bắt buộc	3	0	3	
70	BA170IU	Luận văn tốt nghiệp	Thesis	Bắt buộc	12	0	12	
Tổng cộng					18	0	18	
Tổng số (Tín chỉ)					120	92	28	

Ghi chú:

- (**): Ghi tên PTN. Nếu sử dụng chung PTN do CSĐT khác quản lý phải ghi rõ tên CSĐT và đính kèm thỏa thuận cho phép sử dụng PTN.

- Số thứ tự của các môn học được đánh số tăng dần.

10. Khả năng liên thông với các chương trình đào tạo khác

Ngành Marketing được xây dựng dựa trên tham khảo các trường đại học lớn của nước ngoài và trong nước, nên có tính liên thông cao. Cụ thể như sau:

Trường đại học	Quốc gia	Bậc đào tạo	Đường dẫn tham khảo chương trình đào tạo	Mức độ tương ứng
RMIT University	Úc	Đại học	https://www.rmit.edu.vn/study-at-rmit/undergraduate-programs/bachelor-digital-marketing	70%
Monash University	Úc	Đại học	https://handbook.monash.edu/2023/courses/B2036	70%
Bournemouth University	Anh	Đại học	https://www.bournemouth.ac.uk/study/courses/bsc-hons-marketing	70%
Đại học Kinh tế TP HCM	Việt Nam	Đại học	https://tuyensinh.ueh.edu.vn/bai-viet/marketing-dai-hoc-chinh-quy-chuong-trinh-chuan/	75%
AUT	New Zealand	Đại học	https://www.aut.ac.nz/study/study-options/business/courses/bachelor-of-business/marketing,-advertising,-retailing,-sales-major	65%



UWE	Anh	Đại học	https://courses.uwe.ac.uk/N500/marketing	60%
-----	-----	---------	---	-----

Bảng so sánh tương đồng giữa chương trình đào tạo ngành Marketing tại Trường ĐH Quốc tế và chương trình đào tạo ngành Marketing các trường trên.

STT	Mã MH	Tên MH	RMIT	AUT	UWE	BU	Monash	UEH
1	BA003IU	Nguyên lý Marketing	x	x	x	x	x	x
2	BA123IU	Nguyên lý quản trị	x	x	x	x	x	x
3	BA083IU	Hành vi khách hàng	x	x	x	x	x	x
4	BA286IU	Quản trị Marketing			x		x	x
5	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	x		x	x	x	x
6	BA140IU	Mô phỏng Marketing			x			
7	BA142IU	Chiến lược Marketing	x	x	x	x	x	
8	BA161IU	Phương pháp nghiên cứu kinh doanh			x		x	
9	BA020IU	Đạo đức kinh doanh		x				
10	BA016IU	Nguyên lý Quản trị Tài chính				x		x
11	BA145IU	Marketing quốc tế		x				x
12	BA094IU	Quảng cáo & PR		x				x



13	BA035IU	Nghiên cứu Marketing		x	x		x	x
14	BA044IU	Marketing Dịch vụ			x			x
15	BA031IU	Quản trị quan hệ công chúng			x			x
16	BA045IU	B2B Marketing		x				x
17	BA005IU	Kế toán tài chính	x	x				
18	BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh					x	
19	BA115IU	Quản trị Kinh doanh Đại cương						
20	BA162IU	Quản trị Chiến lược			x			x
21	BA032IU	Quản lý bán hàng						x
22	BA288IU	Chiến lược Marketing Số	x		x	x		x
23	BA289IU	Marketing Truyền thông xã hội và Di động	x	x				
24	BA290IU	Marketing Nội dung Số	x					
25	BA296IU	Quản trị Đa Kênh			x			
26	BA297IU	Marketing qua người có tâm ảnh hưởng				x		
27	BA275IU	Workshop 2		x	x	x		



28	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	x			x		
29	BA148IU	Marketing Số	x					x
30	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	x	x	x	x		x
31	BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing			x	x		
32	BA294IU	Website Marketing						
33	BA295IU	Tinh báo Marketing	x	x	x			
34	BA182IU	Quản trị Quan hệ khách hàng		x				x
35	BA023IU	Quản trị Dự án trong Marketing			x	x		
36	BA183IU	Kênh Marketing						x
37	BA027IU	Thương mại điện tử						x

11. Dự kiến kế hoạch giảng dạy

3.11.1. Danh sách các môn học phân bổ theo học kỳ và Sơ đồ cấu trúc phân bổ các môn học và mối liên kết giữa các môn học.

Phân bổ các môn học theo từng trình độ tiếng Anh (năm 1 và năm 2). Trong đó, các trình độ tiếng Anh được xác định bao gồm:

- AE: Academic English (Tiếng Anh học thuật).
- IE: Intensive English (Tiếng Anh tăng cường).

Trình độ tiếng Anh đầu vào theo quy định của trường: AE1



Học kỳ	MMH	Tên môn học	Tín chỉ			
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành /Thí nghiệm	Khác (nếu có)
HK 1 (Năm 1) 16 tín chỉ	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Viết)	2	2	0	
	EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Nghe)	2	2	0	
	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	3	0	
	BA120IU	Tin học quản lý	3	3	0	
	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3	0	3	
	PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	3	0	
	PE008IU	Tư duy lý luận	3	3	0	
HK 2 (Năm 1) 15 tín chỉ	EN011IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Viết)	2	2	0	
	EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Nói)	2	2	0	
	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3	3	0	
	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3	3	0	
	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2	2	0	
	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3	0	3	
	BA119IU	Kinh tế Vi mô	3	3	0	
	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	3	0	



HK 1 (Năm 2) 17 tín chỉ	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	0	
	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	0	
	BA153IU	Workshop 1	3	3	0	
	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	3	0	
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)		3	3	0	
	<i>BA197IU</i>	<i>Xã hội học</i>	3	3	0	
	<i>BA118IU</i>	<i>Tâm lý học</i>	3	3	0	
HK 2 (Năm 2) 16 tín chỉ	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	0	
	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	2	0	
	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3	3	0	
	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3	3	0	
	1					
	BA286IU	Quản trị Marketing	3	3	0	

Sơ đồ phân bố cấu trúc các môn học theo trình độ tiếng Anh AE1

YEAR 1	SEMESTER 1				SEMESTER 2			
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.
	1	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1-Việt)	2	1	EN011IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2-Việt)	2



	2	EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Nghe)	2	2	EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Nói)	2
	3	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	2	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3
	4	BA120IU	Tin học quản lý	3	4	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3
	5	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3	5	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2
	6	PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	6	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3
	7	PE008IU	Tư duy lý luận	3	7	BA119IU	Kinh tế Vĩ mô	3
	Total Credits			16	Total Credits			15
YEAR 2	SEMESTER 1				SEMESTER 2			
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.
	1	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	1	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2
					2	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3
	2	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3
	3	BA153IU	Workshop 1	3	4	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2
	4	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	5	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3



	5	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	6	BA286IU	Quản trị Marketing	3
	Lựa chọn 1 trong 2 môn học sau:							
	6	BA118IU	Tâm lý học	3				
	7	BA197IU	Xã hội học					
	Total credits			17	Total credits			16

Kế hoạch giảng dạy đối với người học đạt trình độ IE2

Học kỳ	MMH	Tên môn học	Tín chỉ			
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành /Thí nghiệm	Khác (nếu có)
HK 1 (Năm 1) 03 tín chỉ	ENTP02	IE2	13	13	0	
	Sinh viên phải hoàn thành IE2 để tiếp tục đăng kí các môn AV chuyên ngành 1 và 2					
	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3	0	3	
	PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	3	0	
HK 2 (Năm 1) 18 tín chỉ	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Việt)	2	2	0	
	EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Nghe)	2	2	0	
	PE008IU	Tư duy lý luận	3	3	0	
	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	3	0	
	BA120IU	Tin học quản lý	3	3	0	



	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3	3	0	
	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2	2	0	
HK Hè (Năm 1) 7 tín chỉ	EN011IU EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2	4	4	0	
	BA119IU	Kinh tế Vĩ mô	3	3	0	
	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3	0	3	
HK 1 (Năm 2) 20 tín chỉ	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	3	0	
	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3	3	0	
	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	0	
	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	0	
	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	3	0	
	BA153IU	Workshop 1	3	3	0	
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)		3	3	0	
	<i>BA197IU</i>	<i>Xã hội học</i>	3	3	0	
	<i>BA118IU</i>	<i>Tâm lý học</i>	3	3	0	
HK 2 (Năm 2) 16 tín chỉ	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	2	0	
	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	0	
	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3	3	0	



	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3	3	0	
	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3	3	0	
	BA286IU	Quản trị Marketing	3	3	0	

Sơ đồ phân bố cấu trúc các môn học theo trình độ tiếng Anh IE2:

	SEMESTER 1				SEMESTER 2				
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	
	YEAR 1	1	ENTP02	Intensive English 2-Twinning Program	13	1	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1-Viết)	2
2		PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3	2	EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1-Nghe)	2	
3		PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	3	PE008IU	Tư duy lý luận	3	
					4	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	
					5	BA120IU	Tin học quản lý	3	
					6	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3	
					7	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2	
Total credits				3	Total credits			18	
SUMMER SEMESTER									
		No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.



	1	EN011IU EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2	4	1	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3	
	2	BA119IU	Kinh tế Vĩ mô	3					
	Total credits								7
YEAR 2	SEMESTER 1				SEMESTER 2				
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	
	1	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	1	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	
	2	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3	2	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3	
	3	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3	
	4	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	4	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	
	5	BA153IU	Workshop 1	3	5	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3	
	6	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	6	BA286IU	Quản trị Marketing	3	
		<i>Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)</i>			3				
	7	BA197IU	Xã hội học	3					
	8	BA118IU	Tâm lý học	3					
	Total credits				20	Total credits			16



Đầu vào trình độ tiếng anh IE1:

Bảng: Kế hoạch giảng dạy đối với người học đạt trình độ IE1:

Học kỳ	MMH	Tên môn học	Tín chỉ			
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành /Thí nghiệm	Khác (nếu có)
HK 1 (Năm 1) 0 tín chỉ	ENTP01	IE1	17	17	0	
	ENTP02	IE2	13	13	0	
HK 2 (Năm 1) 19 tín chỉ	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Viết)	2	2	0	
	EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Nghe)	2	2	0	
	PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	3	0	
	PE008IU	Tư duy lý luận	3	3	0	
	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3	3	0	
	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	3	0	
	BA120IU	Tin học quản lý	3	3	0	
	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3	0	3	
HK Hè (Năm 1) 9 tín chỉ	EN011IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Viết)	2	2	0	
	EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Nói)	2	2	0	
	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2	2	0	



	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3	0	3	
	BA119IU	Kinh tế vĩ mô	3	3	0	
HK 1 (Năm 2) 20 tín chỉ	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	3	0	
	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3	3	0	
	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	0	
	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	0	
	BA153IU	Workshop 1	3	3	0	
	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	3	0	
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)		3	3	0	
	<i>BA197IU</i>	<i>Xã hội học</i>	3	3	0	
	<i>BA118IU</i>	<i>Tâm lý học</i>	3	3	0	
HK 2 (Năm 2) 16 tín chỉ	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	2	0	
	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	0	
	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3	3	0	
	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3	3	0	
	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3	3	0	
	BA286IU	Quản trị Marketing	3	3	0	

Sơ đồ phân bố cấu trúc các môn học theo trình độ tiếng Anh IE1:



		SEMESTER 1								
		1	ENTP01	Intensive English 1- Twinning Program	17	2	ENTP02	Intensive English 2- Twinning Program	13	
		SEMESTER 2				SUMMER SEMESTER				
		No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	
YEAR 1	1	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Viết)	2	1	EN011IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Viết)	2		
	2	EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1 (AE1- Nghe)	2	2	EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2 (AE2- Nói)	2		
	3	PE015IU	Triết học Mác- Lenin	3	3	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2		
	4	PE008IU	Tư duy lý luận	3	4	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3		
	5	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3	5	BA119IU	Kinh tế vĩ mô	3		
	6	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3						
	7	BA120IU	Tin học quản lý	3						
	8	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3						
	Total Credits				19	Total credits				9
			SEMESTER 1				SEMESTER 2			
No.			COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	
YEAR 2	1	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	1	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2		



	2	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3	2	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3
	3	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3
	4	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	4	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2
	5	BA153IU	Workshop 1	3	5	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3
	6	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	6	BA286IU	Quản trị Marketing	3
Lựa chọn 01 từ 02 môn học dưới								
	7	BA118IU	Tâm lý học	3				
	8	BA197IU	Xã hội học					
Total credits				20	Total credits			16

Kế hoạch giảng dạy đối với người học đạt trình độ IE0

Học kỳ	MMH	Tên môn học	Tín chỉ			
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành /Thí nghiệm	Khác (nếu có)
HK 1 (Năm 1) 0 tín chỉ	ENTP00	IE0	17	17	0	
	ENTP01	IE1	17	17	0	
HK 2 (Năm 1) 03 tín chỉ	ENTP02	IE2	13	13	0	
	Sinh viên phải hoàn thành IE0, IE1 và IE2 để tiếp tục đăng kí các môn AV chuyên ngành					



	PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	3	0	
	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3	0	3	
HK Hè (Năm 1) 9 tín chỉ	EN007IU	Anh văn chuyên ngành 1	4	4	0	
	EN008IU					
	BA119IU	Kinh tế vĩ mô	3	3	0	
	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3	0	3	
	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2	2	0	
HK 1 (Năm 2): 21 tín chỉ	EN012IU	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng nói)	2	2	0	
	EN011IU	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng viết)	2	2	0	
	PE008IU	Tư duy lý luận	3	3	0	
	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	3	0	
	BA120IU	Tin học quản lý	3	3	0	
	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3	3	0	
	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2	2	0	
	BA153IU	Workshop 1	3	3	0	
HK 2 (Năm 2): 23 tín chỉ	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3	3	0	
	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3	3	0	
	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3	3	0	



	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3	3	0	
	PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2	2	0	
	BA083IU	Hành vi Khách hàng	3	3	0	
	BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3	3	0	
	Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)		3	3	0	
	<i>BA197IU</i>	<i>Xã hội học</i>	3	3	0	
	<i>BA118IU</i>	<i>Tâm lý học</i>	3	3	0	
HK Hệ (Năm 2) 8 tín chỉ	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3	3	0	
	BA286IU	Quản trị Marketing	3	3	0	
	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2	2	0	

Sơ đồ phân bố cấu trúc các môn học theo trình độ tiếng Anh IE0:

	SEMESTER 1				SEMESTER 2				
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	
YEAR 1	1	ENTP00	IE0	17	1	ENTP02	IE2	13	
	2	ENTP01	IE1	17	2	PE015IU	Triết học Mác-Lenin	3	
						3	PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3
	Total credits				0	Total credits			3
	SUMMER SEMESTER								



No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.
1	EN007IU EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1	4	1	BA119IU	Kinh tế vĩ mô	3
2	PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2	2	PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3
Total credits							9
SEMESTER 1				SEMESTER 2			
No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.
1	EN012IU	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng nói)	2	1	BA123IU	Nguyên Lý Quản trị	3
2	EN011IU	Tiếng Anh chuyên ngành 2 (kỹ năng viết)	2	2	BA003IU	Nguyên Lý Marketing	3
3	PE008IU	Tư duy lý luận	3	3	BA080IU	Thống kê trong kinh doanh	3
4	BA117IU	Kinh tế Vi mô	3	4	PE021IU	Pháp luật Đại cương	3
5	BA120IU	Tin học quản lý	3	5			
6	BA282IU	Thuật toán trong kinh doanh	3		PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2
7	PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2		BA083IU	Hành vi Khách hàng	3
8	BA153IU	Workshop 1	3		BA161IU	Phương pháp Nghiên cứu Kinh doanh	3
				Môn tự chọn (chọn 1 trong 2)			3

YEAR 2



			7	BA197IU	Xã hội học	3
			8	BA118IU	Tâm lý học	
Total credits			21	Total credits		23
SUMMER SEMESTER						
1	BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing	3	3	BA286IU	Quản trị Marketing
2	PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2			
Total credits						8

Phân bổ các môn học theo từng trình độ tiếng Anh (năm 3 và năm 4) cho trình độ tiếng Anh: *AE1, IE2, IE1, IE0*

Học kỳ	MMH	Tên môn học	Tín chỉ			
			Tổng cộng	Lý thuyết	Thực hành /Thí nghiệm	Khác (nếu có)
Học kỳ 1 (năm 3): 15 tín chỉ	BA140IU	Mô phỏng Marketing	3	0	3	
	BA142IU	Chiến lược Marketing	3	3	0	
	<i>Lựa chọn 3 môn tương đương 9 tín chỉ</i>					
	BA145IU	Marketing quốc tế	3	3	0	
	BA094IU	Quảng cáo & PR	3	3	0	
	BA016IU	Nguyên lý Quản trị Tài chính	3	3	0	
	BA044IU	Marketing Dịch vụ	3	3	0	
	BA031IU	Quản trị quan hệ công chúng	3	3	0	



	BA045IU	B2B Marketing	3	3	0	
	BA005IU	Kế toán tài chính	3	3	0	
	BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh	3	3	0	
	BA115IU	Quản trị Kinh doanh Đại cương	3	3	0	
	BA162IU	Quản trị Chiến lược	3	3	0	
	BA032IU	Quản lý bán hàng	3	3	0	
	BA020IU	Đạo đức kinh doanh	3	3	0	
HK 2 (Năm 3): 15 tín chỉ	BA153IU	Thực tập	3	0	3	
	Chuyên ngành Marketing Số (Digital Marketing)					
	BA288IU	Chiến lược Marketing Số	3	3	0	
	BA289IU	Marketing qua Mạng xã hội và thiết bị Di động	3	2	1	
	BA290IU	Marketing Nội dung Số	3	3	0	
	BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing	3	2	1	
HK 1 (Năm 4): 14 tín chỉ	BA255IU	Thực tập chuyên sâu	3	0	3	
	BA275IU	Workshop 02	2	2	0	
	BA035IU	Nghiên cứu Marketing	3	3	0	
	Tự chọn 2 môn học tương đương 6 tín chỉ					
	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	3	2	1	
	BA148IU	Marketing Số	3	3	0	
	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	3	2	1	



	BA294IU	Website Marketing	3	2	1	
	BA295IU	Tình báo Marketing	3	2	1	
	BA296IU	Quản trị Đa Kênh	3	3	0	
	BA297IU	Marketing qua người có tầm ảnh hưởng	3	2	1	
HK 2 (Năm 4): 12 tín chỉ	BA170IU	Luận văn tốt nghiệp	12	0	12	
HK 2 (Năm 3): 15 tín chỉ	BA153IU	Thực tập	3	0	3	
	Chuyên ngành Quản trị Vận hành Marketing (Marketing Operation Management)					
	BA082IU	Quản trị thương hiệu	3	3	0	
	BA182IU	Quản trị Quan hệ khách hàng	3	3	0	
	BA295IU	Tình báo Marketing	3	2	1	
	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	3	2	1	
HK 1 (Năm 4): 14 tín chỉ	BA255IU	Thực tập chuyên sâu	3	0	3	
	BA035IU	Nghiên cứu Marketing	3	3	0	
	BA275IU	Workshop 02	2	2	0	
	Tự chọn 2 môn học tương đương 6 tín chỉ					
	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	3	2	1	
	BA023IU	Quản trị Dự án trong Marketing	3	3	0	
	BA183IU	Kênh Marketing	3	3	0	
	BA045IU	Tiếp thị B2B	3	3	0	



	BA027IU	Thương mại điện tử	3	3	0	
	BA294IU	Website Marketing	3	2	1	
	BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing	3	2	1	
	BA289IU	Marketing Truyền thông Xã hội và Di động	3	2	1	
	BA149IU	Lập kế hoạch sản phẩm mới	3	3	0	
HK 2 (Năm 4): 12 tín chỉ	BA170IU	Luận văn tốt nghiệp	12	0	12	

Sơ đồ phân bố cấu trúc các môn học năm 3 và 4:

	SEMESTER 1				SEMESTER 2			
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.
YEAR 3	1	BA140IU	Mô phỏng Marketing	3	1	BA153IU	Thực tập	3
	2	BA142IU	Chiến lược Marketing	3	Chuyên ngành Marketing Số			
	3	Chọn 3 môn tương đương 9 tín chỉ						
	1	BA145IU	Marketing quốc tế	3	3	BA288IU	Chiến lược Marketing Số	3
	2	BA094IU	Quảng cáo & PR	3	4	BA289IU	Marketing truyền thông xã hội và Di động	3
	3	BA016IU	Nguyên lý Quản trị Tài chính	3	5	BA290IU	Marketing Nội dung Số	3
	4	BA044IU	Marketing Dịch vụ	3	6	BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing	3
	5	BA031IU	Quản trị quan hệ công chúng	3				
	6	BA045IU	B2B Marketing	3				



	7	BA005IU	Kế toán tài chính	3	Chuyên ngành Quản trị Marketing Vận hành				
	8	BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh	3					
	9	BA115IU	Quản trị Kinh doanh Đại cương	3	3	BA082IU	Quản trị thương hiệu	3	
	10	BA162IU	Quản trị Chiến lược	3	4	BA182IU	Quản trị Quan hệ khách hàng	3	
	11	BA032IU	Quản lý bán hàng	3	5	BA295IU	Tình báo Marketing	3	
	12	BA020IU	Đạo đức kinh doanh	3	6	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	3	
	Total credits			15	Total credits			15	
	SEMESTER 1				SEMESTER 2				
	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	No.	COURSE ID	COURSE NAME	Cr.	
	Chuyên ngành Marketing Số				1	BA170IU	Luận văn tốt nghiệp	12	
YEAR 4	1	BA255IU	Thực tập chuyên sâu	3					
	2	BA035IU	Nghiên cứu Marketing	3					
	3	BA275IU	Workshop 02	2					
	4	Chọn 2 môn học tương đương 6 tín chỉ							6
	1	BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số	3					
	2	BA148IU	Marketing Số	3					
	4	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	3					
	5	BA294IU	Website Marketing	3					
	6	BA295IU	Tình báo Marketing	3					



7	BA296IU	Quản trị Đa Kênh	3	
8	BA297IU	Marketing qua người có tầm ảnh hưởng	3	
Chuyên ngành Quản trị Marketing Vận hành				
1	BA255IU	Thực tập chuyên sâu	3	
2	BA035IU	Nghiên cứu Marketing	3	
3	BA275IU	Workshop 02	2	
4	Chọn 2 môn học tương đương 6 tín chỉ		6	
1	BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp	3	
2	BA023IU	Quản trị Dự án trong Marketing	3	
3	BA183IU	Kênh Marketing	3	
4	BA045IU	Tiếp thị B2B	3	
5	BA027IU	Thương mại điện tử	3	
6	BA294IU	Website Marketing	3	
7	BA149IU	Lập kế hoạch sản phẩm mới	3	
8	BA289IU	Marketing Truyền thông Xã hội và Di động	3	
9	NEW8	Ứng dụng AI trong Marketing	3	
Total credits			14	Total credits
				12

Ghi chú:

- (*): Ghi tên PTN.



12. Ma trận các môn học và chuẩn đầu ra (kỹ năng)

Danh sách các môn học được hệ thống theo học kỳ và phân bổ giảng dạy các kỹ năng vào các môn học theo thang đo Bloom.

Mã môn học	Tên môn học	Chuẩn đầu ra (PLOi) (Thang Bloom: 1- ghi nhớ, 2- hiểu, 3- áp dụng, 4- phân tích, 5- đánh giá, 6 sáng tạo)					
		PLO1	PLO2	PLO3	PLO4	PLO5	PLO6
Các môn lý luận chính trị							
PE015IU	Triết học Mác-Lenin	2			2		2
PE016IU	Kinh tế chính trị Mac-Lenin	2			2		2
PE017IU	Chủ nghĩa xã hội khoa học	2			2		2
PE018IU	Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam	2			2		2
PE019IU	Tư tưởng Hồ Chí Minh	2			2		2
Khoa học - Xã hội, Nhân văn – Nghệ thuật							
PE008IU	Tư Duy Phản Biện	2	2	2	2		2
BA117IU	Kinh tế vi mô	2			2		
BA119IU	Kinh tế vĩ mô	2			2		
BA123IU	Nguyên lý quản trị	2	3	3	2		
PE021IU	Pháp luật Đại cương	3			3		3
BA118IU	<i>Giới thiệu về Tâm lý học</i>	2	2	2	2		2
BA197IU	<i>Giới thiệu về Xã hội học</i>	2	2	2	2		2
Ngoại ngữ							
EN007IU EN008IU	Anh văn chuyên ngành 1	2	2	2	2		2
EN011IU EN012IU	Anh văn chuyên ngành 2	2	2	2	2		2
Toán – Tin học – Khoa học tự nhiên – Công nghệ - Môi trường							
BA282IU	Toán trong kinh doanh	2					
BA080IU	Thống kê ứng dụng trong kinh doanh	2	3	3	3		
BA120IU	Tin học quản lý		2	2	2	4	
Giáo dục Thể chất:							
PT001IU	Giáo dục thể chất 1	3			3		



PT002IU	Giáo dục thể chất 2	3			3		
Giáo dục Quốc phòng		2			2		2
Kiến thức cơ sở							
BA003IU	Nguyên lý Marketing	2	4	4			
BA153IU	Workshop 1			3	3		
BA083IU	Hành vi khách hàng	2	4	4			
BA286IU	Quản trị Marketing		4	4			
BA287IU	Phân tích & Đo lường Marketing		4	4			
BA140IU	Mô phỏng Marketing		4	4			
BA142IU	Chiến lược Marketing		4	4			
BA161IU	Phương pháp nghiên cứu kinh doanh		3	3	2		
BA016IU	Nguyên lý Quản trị Tài chính	2	2	2	2		
BA275IU	Workshop 2		2	4			
BA145IU	Marketing quốc tế		2	3			2
BA094IU	Quảng cáo & PR		3	4			
BA035IU	Nghiên cứu Marketing		2	4			
BA044IU	Marketing Dịch vụ		2	4			
BA031IU	Quản trị quan hệ công chúng		3	3			
BA045IU	B2B Marketing		3	3			
BA005IU	Kế toán tài chính	2	2	2	2		
BA006IU	Giao tiếp trong Kinh doanh		2	2	2	1	1
BA115IU	Quản trị Kinh doanh Đại cương	2	2	2	2		
BA162IU	Quản trị Chiến lược		4	3			
BA032IU	Quản lý bán hàng		3	3			
BA020IU	Đạo đức kinh doanh		2	2	2		2
Kiến thức ngành chính							
Kiến thức chuyên sâu của hướng Marketing Số (Digital Marketing) (in nghiêng là các môn tự chọn)							
BA288IU	Chiến lược Marketing Số		4	4			



BA289IU	Marketing truyền thông xã hội và Di động		3	4		2	
BA290IU	Marketing Nội dung Số		3	4		2	
BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing		2	3		4	
BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số		3	4		1	
BA148IU	Marketing Số		3	4		1	
BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp		2	4	2		
BA294IU	Website Marketing		2	3		4	
BA295IU	Tình báo Marketing		4	4			
BA296IU	Quản trị Đa Kênh		2	4		2	
BA297IU	Marketing qua người có tầm ảnh hưởng		3	3		3	
Kiến thức chuyên sâu hướng Quản trị Vận hành Marketing (Marketing Operation Management) (in nghiêng là các môn tự chọn)							
BA082IU	Quản trị thương hiệu		4	4			
BA182IU	Quản trị Quan hệ khách hàng		4	4			
BA295IU	Tình báo Marketing		4	4			
BA292IU	Kinh doanh trên nền tảng số		3	4		1	
BA293IU	Truyền thông Marketing tích hợp		2	4	2		
BA023IU	Quản trị Dự án trong Marketing		3	4		1	
BA183IU	Kênh Marketing		4	4			
BA045IU	Tiếp thị B2B		4	4			
BA027IU	Thương mại điện tử		2	4		2	
BA294IU	Website Marketing		3	3		3	
BA291IU	Ứng dụng AI trong Marketing		2	4		4	
BA149IU	Lập kế hoạch sản phẩm mới		4	4			
BA289IU	Marketing Truyền thông Xã hội và Di động		3	4		2	
Thực tập tốt nghiệp và làm khóa luận							
BA153IU	Thực tập	2	3	3	2	1	1



BA255IU	Thực tập chuyên sâu	2	3	4	2	1	1
BA170IU	Luận văn tốt nghiệp	2	3	4	2	1	1

13. Mô tả vắn tắt nội dung và khối lượng các môn học

CÁC MÔN LÝ LUẬN CHÍNH TRỊ

1. PE015IU - *Triết học Mác-Lênin (Philosophy of Marxism-Leninism)*

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Những nguyên lý cơ bản của chủ nghĩa Mác-Lênin cung cấp cho sinh viên những cơ sở lý luận cơ bản nhất để từ đó có thể tiếp cận được nội dung môn học Tư tưởng Hồ Chí Minh và Đường lối cách mạng của Đảng Cộng sản Việt Nam, hiểu biết nền tảng tư tưởng của Đảng; từ đó giúp xây dựng niềm tin, lý tưởng cách mạng và từng bước xác lập thế giới quan, nhân sinh quan và phương pháp luận chung nhất để tiếp cận các khoa học chuyên ngành được đào tạo.

2. PE016IU - *Kinh tế chính trị Mác-Lênin (Marxist-Leninist Political Economy)*

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học trang bị cho sinh viên những kiến thức cơ bản, cốt lõi của Kinh tế chính trị Mác-Lênin trong bối cảnh phát triển kinh tế của đất nước và thế giới ngày nay. Môn học đảm bảo tính cơ bản, hệ thống, khoa học, cập nhật tri thức mới, gắn với thực tiễn, tính sáng tạo, kỹ năng, tư duy phẩm chất người học, tính liên thông khắc phục trùng lặp, tăng cường tích hợp, và giảm tải lược bớt những nội dung không còn phù hợp hoặc mang tính kinh viện.

3. PE017IU - *Chủ nghĩa xã hội khoa học (Scientific socialism)*

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin

Mô tả vắn tắt nội dung:



Môn học trang bị cho sinh viên những nội dung cơ bản của chủ nghĩa xã hội khoa học, giúp sinh viên vận dụng những tri thức cơ bản của chủ nghĩa xã hội khoa học một cách sáng tạo trong hoạt động nhận thức và thực tiễn, nhằm giải quyết những vấn đề mà đời sống xã hội của đất nước, của thời đại đang đặt ra.

4. PE018IU - Lịch sử Đảng Cộng sản Việt Nam (History of Vietnamese Communist Party)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học

Mô tả vắn tắt nội dung:

Nội dung chủ yếu của môn học là cung cấp cho sinh viên những hiểu biết cơ bản có hệ thống về đường lối của Đảng, đặc biệt là đường lối trong thời kỳ đổi mới

5. PE019IU - Tư tưởng Hồ Chí Minh (Ho Chi Minh's Thoughts)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Triết học Mác-Lênin, Kinh tế chính trị Mác-Lênin, Chủ nghĩa xã hội khoa học

Mô tả vắn tắt nội dung:

Ngoài chương mở đầu, nội dung môn học gồm 7 chương: chương 1, trình bày về cơ sở, quá trình hình thành và phát triển tư tưởng Hồ Chí Minh; từ chương 2 đến chương 7 trình bày những nội dung cơ bản của Tư tưởng Hồ Chí Minh theo mục tiêu môn học.

CÁC MÔN KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN, QUẢN TRỊ VÀ KINH TẾ

6. PE008IU - Tư duy phản biện (Critical Thinking)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp sinh viên những kiến thức nền về tư duy phản biện. Khóa học cung cấp kỹ năng hữu ích đối với mọi đối tượng ngành nghề.

7. BA117IU - Kinh tế vi mô (Introduction to Micro Economics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:



Các kiến thức trong chủ đề này sẽ cho phép sinh viên hiểu biết không chỉ các khái niệm về kinh tế và nguồn lực khan hiếm, về thị trường và các thành tố của nó mà còn có thể đánh giá những dạng cấu trúc thị trường khác nhau cũng như các can thiệp của chính phủ vào thị trường. Môn học này cũng cung cấp cho sinh viên những khả năng cần thiết để đánh giá các yếu tố về hiệu quả của nền kinh tế. Tất cả các khái niệm và kiến thức này giúp cho sinh viên lập kế hoạch cho một doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn phát triển một cách hiệu quả hơn nhờ vào việc xem xét các ảnh hưởng của chính sách chính phủ.

8. BA119IU - Kinh tế vĩ mô (Introduction to Macro Economics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức để hiểu biết về các chủ đề rộng về kinh tế của một quốc gia hay một khu vực và đánh giá những chính sách kinh tế vĩ mô cũng như những thay đổi của nền kinh tế cả trên phạm vi quốc gia và thế giới. Môn học này sẽ cung cấp cho sinh viên khả năng cần thiết để đánh giá các hợp phần, kinh tế như một tổng thể. Tất cả các khái niệm và kiến thức này giúp cho sinh viên lập kế hoạch cho một doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn phát triển một cách hiệu quả hơn nhờ vào việc xem xét các ảnh hưởng của chính sách vĩ mô của chính phủ.

9. BA123IU - Nguyên lý quản trị (Principles of Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này được thiết kế để giới thiệu về quản trị. Nó sẽ cung cấp cho chúng ta một cái nhìn tổng quan về các chức năng mà các nhà quản lý phải thực hiện. Ví dụ, chúng ta sẽ xem xét quản trị là gì, và bằng cách này chúng ta sẽ thấy được quản trị bao gồm 4 chức năng cơ bản: lập kế hoạch, tổ chức, lãnh đạo và điều khiển. Sách giáo khoa sẽ được chia thành những phần tương ứng với các chức năng này và chương trình giảng dạy trong lớp sẽ đi theo kết cấu này. Vào cuối học kỳ, sinh viên sẽ có một hiểu biết vững chắc vai trò của nhà quản trị trong một tổ chức. Sinh viên sẽ học về khoa học quản trị thông qua việc khám phá những nghiên cứu đã được tìm ra trong các lãnh vực liên quan như ra quyết định, giao tiếp, quản trị chiến lược và quản trị nguồn nhân lực. Hơn nữa, khi chúng ta xem xét những công trình nghiên cứu khoa học về quản trị, chúng ta cũng sẽ xem xét làm sao chúng ta có thể sử dụng các



thông tin này trong khi thực hành nghệ thuật quản trị, và bạn sẽ có cơ hội thực hành thông qua các câu hỏi thảo luận trên lớp và thông qua những bài tập mà sinh viên sẽ tham dự trong các nhóm quản trị.

10. PE021IU - Pháp luật Đại cương (General Law)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này được thiết kế nhằm cung cấp cho sinh viên những kiến thức chung về hệ thống Luật Việt nam và các luật mà chúng qui định những vấn đề lớn và chủ yếu về dân sự, hành chính, và những mối quan hệ giữa con người với con người cũng như giữa con người với chính quyền. Những nhánh chính của luật như hiến pháp, hành chính, dân sự, hình sự, lao động, kinh doanh sẽ được giới thiệu chi tiết hơn trong môn học này.

11. BA118IU - Giới thiệu về Tâm lý học (Introduction to Psychology)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học giới thiệu các nguyên tắc và lý thuyết bao gồm cả phương pháp luận và những phân tích vắn tắt về những nội dung của các lĩnh vực từ phát triển, nhận thức và học tập về động cơ, cảm xúc, cá nhân và quá trình xã hội.

12. BA197IU - Giới thiệu về Xã hội học (Introduction to Sociology)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp những hiểu biết nền tảng về bản chất của Khoa học xã hội. Nội dung môn học giới thiệu về lĩnh vực xã hội học và những chủ đề liên quan đến lĩnh vực quản lý và kinh doanh cũng như xã hội hiện đại. Môn học này khuyến khích sự phát triển nhận thức về ngôn ngữ và phương pháp luận của nghiên cứu khoa học xã hội.



CÁC MÔN TOÁN – TIN HỌC - KHOA HỌC TỰ NHIÊN – CÔNG NGHỆ - MÔI TRƯỜNG

13. BA282IU - Toán trong kinh doanh (Maths for business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học sẽ cung cấp cho sinh viên một sự hiểu biết về các kỹ thuật toán học cơ bản và phương pháp để bối cảnh kinh doanh và ra quyết định quản lý. Cụ thể hơn, môn học sẽ giới thiệu lý thuyết cơ bản và khái niệm về Calculus, Đại số tuyến tính và Tối ưu hóa, với các ứng dụng quản lý, kinh tế, tài chính. Các chủ đề bao gồm Các hàm Toán học, Vector và Ma trận, Sự khác biệt và Tích hợp, Lập trình tuyến tính.

14. BA080IU - Thống kê ứng dụng trong kinh doanh (Statistics for business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học “Thống kê trong Kinh doanh” giới thiệu cho sinh viên các khái niệm và quy trình cơ bản về thống kê có thể được áp dụng trong kinh doanh. Môn học này bao gồm những phần cơ bản sau: thống kê mô tả, khái niệm cơ bản về xác suất, các phân bố xác suất rời rạc và liên tục, phân bố mẫu, khoảng tin cậy, kiểm định giả thuyết thống kê, kỹ thuật phân tích phương sai, và hồi quy bội.

15. BA120IU - Tin học quản lý (Business Computing Skills)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Trang bị kiến thức cơ bản về công nghệ thông tin và ứng dụng công nghệ thông tin phục vụ nhu cầu xử lý thông tin của doanh nghiệp. Môn học này còn phát triển kỹ năng xử dụng một số phần mềm cơ bản giúp nhà quản trị gia tăng năng suất, bao gồm Microsoft PowerPoint, Microsoft Excel, Microsoft Word và sử dụng thư điện tử.

CÁC MÔN NGOẠI NGỮ

16. EN008IU - Tiếng anh chuyên ngành 1 (Kỹ năng nghe) (Academic english 1-Listening Skills)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Có TOEFL iBT \geq 61, IELTS \geq 6.0

Mô tả vắn tắt nội dung:



Môn học này được thiết kế để chuẩn bị cho sinh viên kỹ năng ghi chép tiếng anh một cách hữu hiệu, để cho sinh viên có thể theo đuổi các môn học khác trong suốt chương trình học mà không có bất kỳ khó khăn nào. Môn học này được thiết kế theo hướng thuyết giảng trong đó thuyết giảng và quy trình học tập được xây dựng trên bài giảng dựa trên các chủ đề đa dạng khác nhau bao gồm kinh doanh, khoa học và nhân loại.

17. EN007IU - Tiếng anh chuyên ngành 1 (Kỹ năng viết) (Academic english 1-Writing Skills)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Có TOEFL iBT > 61, IELTS > 6.0

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp cho sinh viên với sự hướng dẫn toàn diện và thông lệ trong kỹ năng viết tiểu luận, bao gồm chuyển đổi ý tưởng thành những chức năng khác nhau của viết học thuật như là mô tả quá trình, nhân quả, so sánh-đối chiếu, tranh luận, và tiểu luận tổng hợp ý tưởng. Trong xuyên suốt môn học, sinh viên được yêu cầu đọc các văn bản bằng tiếng anh ở mức độ đại học để phát triển khả năng đọc phân biện và phản hồi một cách chính xác, mạch lạc và học thuật khi viết văn. Mặc dù khoá học cung cấp cho sinh viên với kỹ năng viết quan trọng như là brainstorming, kiểm tra, ghi chép và biên tập, môn học này cũng chuẩn bị cho sinh viên những kỹ năng để sinh viên có thể tham gia môn học Academic English 2 (kỹ năng viết).

18. EN012IU - Tiếng anh chuyên ngành 2 (Kỹ năng nói) (Academic english 2-Speaking Skills)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Có TOEFL iBT > 61, IELTS > 6.0

Mô tả vắn tắt nội dung:

Trình bày bằng tiếng anh đã trở thành một kỹ năng thiết yếu cho sinh viên để thành công không chỉ ở đại học nhưng cũng thành công trong công việc ở tương lai. Tuy nhiên, trình bày bằng tiếng anh có thể được xem như là một công việc đầu đầu, nhất là khi phải trình bày bằng tiếng nước ngoài. Tiếng anh chuyên ngành 2 (kỹ năng nói) cung cấp cho sinh viên những kiến thức và kỹ năng cần thiết để sinh viên có thể thuyết trình một cách hữu hiệu. Để làm được chuyện này, môn học này bao phủ những khía cạnh khác nhau của việc trình bày bằng tiếng anh: lập và lên kế hoạch, sử dụng ngôn ngữ thích hợp, áp dụng những hỗ trợ về hình ảnh hữu hiệu, xây dựng sự tự tin, thể hiệu ngôn ngữ cơ thể, giải quyết với các câu hỏi và phản hồi.

19. EN011IU - Tiếng anh chuyên ngành 2 (Kỹ năng viết) (Academic english 2-Writing Skills)

Số tín chỉ: 2 tín chỉ (2 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Tiếng Anh chuyên ngành 1 (Academic English 1)

Mô tả vắn tắt nội dung:



Môn học này cung cấp những kiến thức cơ bản về việc viết một bài báo nghiên cứu, đặc biệt là vai trò của tổng quát hoá, định nghĩa, phân loại, và cấu trúc của một bài báo nghiên cứu khoa học cho sinh viên học ở trình độ đại học. Môn học cũng cung cấp cho sinh viên với những phương pháp phát triển và trình bày sự tranh luận, so sánh và đối chiếu. Sinh viên được yêu cầu làm việc trên những công việc được giao để tối đa hoá việc giao tiếp với giảng viên bằng phương pháp viết và hi vọng sinh viên sẽ trở thành người viết có đủ năng lực trong một loại cụ thể: bài báo nghiên cứu khoa học. Bởi vì kỹ năng viết là một phần của kỹ năng chính yếu của đọc và viết ở nơi mà đọc phục vụ như là đầu vào để chiêm ngòi sự viết, môn học này được thiết kế để làm quen sinh viên mà ngôn ngữ chính không phải là tiếng anh với cơ sở lý thuyết học thuật trong việc học chuyên ngành của họ bằng cách cho sinh viên đọc một cách phân biệt đối với tài liệu đến từ những chủ đề khác nhau từ khoa học tự nhiên ví dụ như sinh học tới khoa học xã hội và nhân văn như là giáo dục, ngôn ngữ học và tâm lý học.

CÁC MÔN KIẾN THỨC CƠ SỞ CỦA NGÀNH

CÁC HỌC PHẦN BẮT BUỘC

20. BA003IU - Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này giúp trang bị cho sinh viên những kiến thức và thông tin cơ bản về Tiếp thị. Cụ thể là hiểu được nhu cầu thị trường, hành vi khách hàng, chiến lược Tiếp thị của doanh nghiệp về sản phẩm, giá cả, phân phối, khuyến mãi... Bên cạnh đó, môn học cũng cung cấp cho sinh viên các phương pháp để nghiên cứu thị trường, phân tích các yếu tố môi trường ảnh hưởng đến các hoạt động Tiếp thị.

21. BA256IU - Workshop 1

Số tín chỉ: 3 (3,0)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học cung cấp cho sinh viên những kỹ năng mềm và thái độ đúng đắn để thành công trong trường đại học và môi trường làm việc chuyên nghiệp trong tương lai. Khóa học này bao gồm chín bài thuyết trình được thực hiện bởi các diễn giả là giám đốc / người quản lý hoặc các chuyên gia có ít nhất năm năm kinh nghiệm. Các bài thuyết trình được lên kế hoạch một cách có hệ thống và khoa học để cho phép sinh viên thực hành những gì họ học trong lớp và thực hiện các bài tập làm việc theo nhóm được đưa ra bởi các diễn giả khách mời.



22. BA083IU - Hành vi khách hàng (*Consumer Behavior*)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này tập trung vào việc kiểm tra và áp dụng các nguyên tắc hành vi của người tiêu dùng vào việc phát triển và thực hiện các chiến lược tiếp thị. Để tăng cường việc kiểm tra hành vi của người tiêu dùng, chúng tôi tập trung vào tác động của các phương tiện truyền thông mới đối với việc tìm kiếm thông tin, lựa chọn mua hàng và ra quyết định của người tiêu dùng, thừa nhận rằng người tiêu dùng có quyền truy cập nhanh chóng và thuận tiện vào thông tin về hầu hết mọi sản phẩm hoặc dịch vụ mà họ có thể muốn mua. Môn học cũng cung cấp cho sinh viên nhiều ví dụ thực tế để chứng minh cách các nhà tiếp thị sử dụng khái niệm hành vi người tiêu dùng để giải quyết các vấn đề tiếp thị cũng như phát triển và thực hiện các chiến lược tiếp thị hiệu quả.

23. BA286IU - Quản trị Marketing (*Marketing Management*)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing); BA123IU - Nguyên lý quản trị (Principles of Management)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Quản trị Marketing là một quá trình hoạch định, tổ chức, lãnh đạo và kiểm soát các hoạt động nhằm tạo ra, giao tiếp, phân phối và trao đổi sản phẩm/dịch vụ có giá trị cho khách hàng, đáp ứng nhu cầu và mong muốn của họ, đồng thời mang lại lợi ích cho doanh nghiệp. Các nội dung của môn học gồm:

- Phân tích thị trường: Nghiên cứu và đánh giá thị trường, khách hàng, đối thủ cạnh tranh để xác định cơ hội và thách thức.
- Lựa chọn thị trường mục tiêu: Xác định nhóm khách hàng mà doanh nghiệp muốn tập trung phục vụ.
- Xác định vị trí thương hiệu: Tạo dựng hình ảnh và vị trí độc đáo cho thương hiệu trong tâm trí khách hàng.
- Thiết kế sản phẩm/dịch vụ: Phát triển sản phẩm/dịch vụ đáp ứng nhu cầu và mong muốn của khách hàng.
- Xác định giá cả: Phân tích chi phí, giá cả thị trường và giá trị cảm nhận của khách hàng để đưa ra mức giá phù hợp.
- Phân phối: Xây dựng kênh phân phối hiệu quả để đưa sản phẩm/dịch vụ đến tay khách hàng.
- Khuyến mãi: Truyền thông và quảng bá sản phẩm/dịch vụ đến khách hàng thông qua các kênh quảng cáo, xúc tiến bán hàng, quan hệ công chúng,...



24. BA287IU - Phân tích & Đo lường Marketing (Marketing Analytics and Metrics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Trong thời đại marketing mới, việc hiểu biết về dữ liệu là điều cần thiết. Khóa học này sẽ cung cấp cho người học các công cụ phù hợp để duy trì sự thích ứng. Mục tiêu của khóa học này là cung cấp cho người học các kỹ năng cần thiết để sử dụng thông minh dữ liệu và phân tích marketing để đưa ra các đề xuất và quyết định trong kinh doanh. Khóa học này cũng cung cấp nền tảng cần thiết để bắt đầu làm việc trong một vị trí phân tích marketing trong một tập đoàn, công ty tư vấn hoặc công ty nghiên cứu thị trường. Khóa học tập trung vào các nội dung sau:

- Tổng quan về phân tích Marketing
- Trực quan hóa dữ liệu và kể chuyện bằng dữ liệu
- Trích xuất ý nghĩa từ Dữ Liệu trên Web
- Đo lường và phân tích Marketing
- Phân tích Phân khúc (segmentation), Định hướng (targeting) và Định vị (position) trong Marketing.
- Mô hình Marketing Mix
- Trí tuệ nhân tạo
- Đạo đức trong trí tuệ nhân tạo (AI) và phân tích dữ liệu
- Phân tích giá.

25. BA140IU - Mô phỏng Marketing (Marketing Simulation)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (0 lý thuyết + 3 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này được thiết kế để giúp sinh viên ứng dụng tốt hơn các lý thuyết tiếp thị đã biết và đã học cũng như các chiến lược quản lý vào thực tế bằng cách triển khai và sử dụng phần mềm MarkStrat trong suốt môn học. Hàng tuần, sinh viên buộc phải thực hành tại phòng thí nghiệm để đưa ra chiến lược và nộp cho người hướng dẫn thông qua máy chủ trực tuyến MarkStrat nhằm kích thích hoạt động thị trường và bắt đầu giai đoạn kinh doanh mới. Học sinh cũng được khuyến khích thực hiện công việc nhóm của mình động não để đưa ra các chiến lược sáng tạo giúp nhóm của mình giành chiến thắng trong trò chơi kinh doanh mỗi tuần. Cụ thể hơn, môn học này nhằm giúp sinh viên:

- Giải thích sự phụ thuộc lẫn nhau của các hoạt động kinh doanh trong việc xây dựng một chiến lược thành công
- Hiểu mối quan hệ giữa hành động của công ty và hành động cạnh tranh trong việc tạo ra hiệu quả tài chính
- Giải thích mối quan hệ giữa các công cụ phân tích cụ thể và các quyết định kinh doanh



- Sử dụng phân tích và dữ liệu để tạo ra những kỳ vọng hợp lý về các chiến lược dự định (đặc biệt là chiến lược tiếp thị) và hình thành các giải thích về các chiến lược đã ban hành
- Hiểu tác động của những thành kiến như lỗi phân bổ và tính bầy đàn đối với chiến lược và sự phát triển của công ty..

26. BA142IU - Chiến lược Marketing (Marketing Strategy)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này trang bị cho sinh viên những kiến thức cần thiết cho những người làm Tiếp thị trong tương lai. Cụ thể là giúp sinh viên có khả năng khảo sát thị trường và phân tích các yếu tố liên quan nhằm đưa ra các kế hoạch cũng như chiến dịch Tiếp thị phù hợp. Các đề tài được phân tích trong môn học này bao gồm

- Vai trò của Tiếp thị trong doanh nghiệp
- Phân tích các cơ hội thị trường
- Lựa chọn thị trường mục tiêu và đối tượng khách hàng muốn nhắm tới
- Chiến lược Tiếp thị trong thời kì toàn cầu hóa
- Ứng dụng công nghệ để hỗ trợ cho các quyết định về Tiếp thị hỗn hợp
- Đồng thời trong quá trình giảng dạy, phương pháp giảng dạy và học tập dựa trên thực tế và kinh nghiệm cũng được áp dụng.

27. BA161IU - Phương pháp nghiên cứu kinh doanh (Business Research Methods)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA080IU - Thống kê ứng dụng trong kinh doanh (Statistics for business)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này nhằm cung cấp cho sinh viên kiến thức/kỹ năng nghiên cứu kinh doanh. Mục tiêu chính của nó là (1) giải quyết bản chất, thiết kế và các kỹ thuật khác nhau để tiến hành nghiên cứu khoa học trong các lĩnh vực kinh doanh khác nhau; (2) hiểu mối liên hệ giữa nghiên cứu kinh doanh và ra quyết định quản lý; và (3) xây dựng nền tảng chuẩn bị cho luận văn.

Đặc biệt, khi kết thúc khóa học, học viên được mong đợi sẽ có thể:

- Nêu rõ câu hỏi nghiên cứu, cơ sở lý luận và ý nghĩa của nó
- Chọn thiết kế nghiên cứu phù hợp
- Thực hiện nghiên cứu trong lĩnh vực kinh doanh bằng cách sử dụng phương pháp điều tra khoa học
- Áp dụng các phép đo tỷ lệ, độ tin cậy và giá trị



- Thực hiện phân tích dữ liệu và diễn giải kết quả nghiên cứu
- Chuẩn bị một báo cáo nghiên cứu ở định dạng thích hợp.

28. BA016IU - Nguyên lý Quản trị Tài chính (Fundamental of Financial Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Kiến thức về tài chính rất có ích cho các nhà quản lý trong bất kỳ hình thức kinh doanh nào. Môn học này được thiết kế như là một môn học tài chính nhập môn và là môn tiên tiên quyết để học môn Tài chính doanh nghiệp mà môn này hướng dẫn sâu hơn về các chủ đề liên quan đến tính toán. Nội dung của môn học này kết hợp cả vừa lý thuyết vừa tính toán. Môn học còn cung cấp các khái niệm cơ bản về giá trị tiền tệ, giá trị và lợi nhuận, chi phí vốn và sử dụng vốn. Sinh viên sẽ biết thị trường vốn hoạt động như thế nào, các loại chứng khoán và các công cụ tài chính hiện hành, và làm thế nào để quản lý dòng tiền. Quản lý rủi ro và vốn lưu động, đòn bẩy, dự báo và phân tích báo cáo tài chính và các chỉ số. Môn này có thể cung cấp cho sinh viên các kỹ năng toán tài chính cơ bản và là môn học nhập môn vững chắc cho môn quản lý tài chính.

29. BA275IU- Workshop 2

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học được thiết kế nhằm trang bị cho sinh viên các kỹ năng mềm, kiến thức thực tiễn và thái độ phù hợp, hỗ trợ sinh viên hiểu về môi trường làm việc chuyên nghiệp trong tương lai, đặc biệt là trong lĩnh vực marketing. Khóa học gồm 8 buổi do các diễn giả khách mời là giám đốc/quản lý hoặc chuyên gia có ít nhất 5 năm kinh nghiệm trong lĩnh vực của họ đảm nhận. Diễn giả sẽ trình bày các chủ đề liên quan theo phương pháp khoa học, hệ thống để khuyến khích sinh viên học hỏi kỹ năng và kiến thức từ thực tiễn doanh nghiệp. Khóa học nhấn mạnh sự kết nối giữa kiến thức lý thuyết được giảng dạy tại trường đại học với kiến thức thực tiễn từ ngành thông qua các chủ đề liên quan đến marketing, bao gồm nhưng không giới hạn ở quản trị thương hiệu, mối quan hệ giữa khách hàng và các agency, họp bàn giao việc và họp tổng kết, quy trình làm việc, đặt mục tiêu cá nhân, v.v.

CÁC MÔN KIẾN THỨC CƠ SỞ CỦA NGÀNH: CÁC HỌC PHẦN TỰ CHỌN

30. BA145IU - Marketing quốc tế (International Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)



Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này nhằm giúp sinh viên hiểu biết việc sử dụng các chiến lược Tiếp thị trong khuôn khổ của thị trường thế giới. Sinh viên sẽ học cách thích ứng với các vấn đề có thể xảy ra khi làm các chương trình Tiếp thị ở nước ngoài. Môn học cũng chú trọng vào sự khác biệt về văn hóa, những thay đổi trong chính sách thương mại, cũng như các tình huống thị trường gần đây trên thế giới.

31. BA094IU - Quảng cáo & PR (Advertising and PR)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này nhằm giúp sinh viên tìm hiểu thế giới quảng cáo: lịch sử, chức năng lập kế hoạch và nghiên cứu, kỹ thuật và thực hiện quảng cáo, bao gồm chiến lược sáng tạo và truyền thông. Để giải quyết các vấn đề, xu hướng và đạo đức hiện tại mà ngành đang phải đối mặt. Môn học này sẽ mang lại lợi ích cho những sinh viên có niềm đam mê nghề nghiệp với quảng cáo cũng như những người chỉ đơn giản là "người tiêu dùng" quảng cáo trong suốt cuộc đời của họ. Môn học tập trung vào các khía cạnh sáng tạo của quảng cáo và xu hướng quảng cáo hiện nay. Ngoài ra, nó sẽ cung cấp cho sinh viên sự hiểu biết về các khái niệm và quy trình giao tiếp và quan hệ cơ bản làm nền tảng cho các chiến lược và chiến dịch quan hệ công chúng. Sinh viên sẽ tìm hiểu cách thức hoạt động của quy trình quảng cáo, tập trung đặc biệt vào các khía cạnh sau:

- Xác định các thách thức và cơ hội trong giao tiếp: trả lời bản tóm tắt của khách hàng;
- Các chiến lược và thực tiễn sáng tạo để tạo ra ý tưởng, thiết kế ý tưởng, kể chuyện, lời cuốn cảm xúc và quảng cáo chiêu hàng cho các chiến dịch;
- Phương pháp đánh giá chiến dịch.
- Lập kế hoạch truyền thông chiến lược;
- Rủi ro, vấn đề và truyền thông khủng hoảng;
- Truyền thông tổ chức;
- Quan hệ cộng đồng;
- Quan hệ chính phủ;
- Đạo đức trong quảng cáo và PR

Các yêu cầu và tác động của quảng cáo trên nhiều nền tảng cũng như các yêu cầu liên quan về tương tác, cộng tác và đồng sản xuất kỹ thuật số sẽ được nhấn mạnh. Học sinh cũng sẽ phát triển một kế hoạch và phản ứng truyền thông chiến lược để giải quyết các vấn đề quan hệ công chúng hiện đại, tập trung vào tham vấn cộng đồng và sự tham gia của cộng đồng.

32. BA035IU - Nghiên cứu Marketing (Marketing Research)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:



Có được thông tin đúng lúc và có chất lượng là điều cốt lõi cho sự thành công của các doanh nghiệp trong môi trường biến động và cạnh tranh cao ngày nay. Nghiên cứu Tiếp thị là một cách thức có tổ chức nhằm phát triển và cung cấp thông tin cho việc ra quyết định quản trị. Nghiên cứu Tiếp thị đặc biệt dành cho những ai kỳ vọng rằng Tiếp thị là một bộ phận quan trọng trong công việc chuyên môn của họ. Điều này bao gồm không chỉ những ai dự định làm nghiên cứu Tiếp thị, mà còn cả những người dự định bước vào các công việc Tiếp thị khác, hoặc những người mong muốn trở thành người sử dụng của nghiên cứu Tiếp thị hoặc khách hàng của các cơ sở nghiên cứu. Vì vậy, môn học này nhằm hướng vào nhà quản trị - người sử dụng cuối cùng của nghiên cứu Tiếp thị và hướng vào người chịu trách nhiệm xác định phạm vi và hướng đích của hoạt động nghiên cứu do chính họ tiến hành. Chất lượng của thông tin nghiên cứu Tiếp thị, tính giá trị và sự tin cậy của nó phụ thuộc sống còn vào sự thận trọng trong thực thi các bước của quá trình nghiên cứu Tiếp thị.

33. BA044IU- Marketing Dịch vụ (Service Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Marketing Dịch vụ cung cấp các chiến lược và kỹ thuật hiệu quả để tiếp thị và quản lý các loại hình tổ chức dịch vụ khác nhau, bao gồm các mối quan hệ sôi động giữa quy trình dịch vụ, hành vi của khách hàng, các yếu tố cốt lõi và bổ sung của sản phẩm dịch vụ, giá tiếp thị, chiến thuật truyền thông, các lựa chọn về dịch vụ giao hàng, vai trò của con người và công nghệ. Nội dung cơ bản khóa học bao gồm: Giới thiệu về marketing dịch vụ; Phân tích môi trường marketing dịch vụ; Hành vi khách hàng trong dịch vụ; Chiến lược marketing dịch vụ; Các công cụ marketing dịch vụ; Quản lý quan hệ khách hàng (CRM) trong dịch vụ; Đo lường hiệu quả marketing dịch vụ.

34. BA031IU - Quản trị quan hệ công chúng (Public Relations Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học cung cấp một cái nhìn sâu sắc và hấp dẫn về ngành quan hệ công chúng (PR) năng động và luôn thay đổi. Khóa học bao gồm nhiều chủ đề rộng lớn, chẳng hạn như:

- Quan hệ công chúng chiến lược, chính trị và truyền thông
- Quan hệ với truyền thông trong thời đại mạng xã hội
- Quản lý truyền thông chiến lược
- Tham gia quan hệ công chúng trong khu vực phi lợi nhuận
- Chủ nghĩa hành động và quan hệ công chúng
- Ảnh hưởng của toàn cầu hóa và công nghệ đến lĩnh vực này



Bên cạnh việc cung cấp những hiểu biết từ những nhân vật chủ chốt trong ngành PR, khóa học còn đưa ra những góc nhìn mới mẻ về:

- Trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp
- Quan hệ công chúng và chính trị
- Truyền thông doanh nghiệp
- Toàn cầu hóa
- Quan hệ công chúng trong lĩnh vực phi lợi nhuận, tài chính và khu vực công.

35. BA045IU - B2B Marketing (B2B Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

B2B đề cập đến các hoạt động tiếp thị hướng tới các doanh nghiệp, chính phủ và các tổ chức phi lợi nhuận - trái ngược với người tiêu dùng. Môn học này cho phép bạn hiểu các vấn đề và vấn đề cụ thể mà các công ty phải đối mặt khi có tổ chức là khách hàng; tìm hiểu một số công cụ và khái niệm mà các công ty sử dụng để phân tích và giải quyết những thách thức này; có được khả năng xác định và phân tích một số cơ chế cơ bản của những thách thức trên thị trường kinh doanh. Một khía cạnh quan trọng của vấn đề đó là làm thế nào nó có thể xử lý tốt nhất mối quan hệ của mình với các công ty khác (khách hàng của mình).

36. BA005IU - Kế toán tài chính (Financial Accounting)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Kế toán là một hệ thống thông tin được thiết kế để nhận dạng, xử lý và trao đổi thông tin tài chính và tình hình kinh doanh mà được sử dụng để hỗ trợ cho các quyết định kinh doanh. Môn học này giới thiệu những nguyên tắc cơ bản về lý thuyết kế toán và ứng dụng của nó. Lĩnh vực học chủ yếu bao gồm thuyết về nợ và có, tài khoản, và các bản nhật ký chung, chu kỳ kế toán, các khoản vay và lãi suất, các khoản phải trả nhưng chưa trả, các khoản chi phí đã chi nhưng chưa sử dụng, tiền mặt, các khoản phải thu, hàng hóa tồn kho, tài sản nhà xưởng, và cách xây dựng báo cáo tài chính.

37. BA006IU - Giao tiếp trong Kinh doanh (Business Communication)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:



Môn học trang bị kiến thức cơ bản về giao tiếp trong kinh doanh bao gồm : quá trình giao tiếp và các thành phần liên quan đến giao tiếp trong kinh doanh. Sinh viên được trang bị và rèn luyện các kỹ năng cần thiết để có thể vận dụng hiệu quả một số loại phương tiện giao tiếp phổ biến trong doanh nghiệp như sử dụng văn bản, hội nghị, sự kiện, phỏng vấn tuyển dụng v/v...

38. BA115IU - Quản trị Kinh doanh Đại cương (Introduction to Business Administration)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Mục tiêu của môn học là nhất quán với tuyên bố sứ mệnh và năng lực của Khoa Quản trị Kinh doanh cũng như tư duy phản biện, giao tiếp và các mục tiêu giáo dục khác của Trường Đại học:

- Cung cấp kiến thức về phạm vi, chiều sâu và sứ mệnh của Trường Đại học và Khoa
- Giới thiệu các lĩnh vực chức năng của doanh nghiệp và sự tích hợp giữa chúng để cung cấp cho sinh viên nhận thức sâu sắc về các vấn đề toàn cầu, bao gồm sự hiểu biết về các cách tiếp cận đạo đức kinh doanh và các vấn đề đa quốc gia nhằm phát triển các kỹ năng nghiên cứu cơ bản, phân tích, viết, máy tính, làm việc nhóm và trình bày của học sinh
- Phát triển các kỹ năng tư duy phản biện và giao tiếp ứng dụng của sinh viên thông qua việc phát triển danh mục đầu tư của một công ty trong ngành mà sinh viên quan tâm.

39. BA162IU - Quản trị Chiến lược (Strategy Formulation and Implementation)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA123-IU- Principles of Management

Mô tả vắn tắt nội dung:

Một môn học liên kết để phát triển các kỹ năng đoán nhận các vấn đề của tổ chức, hình thành và lựa chọn các phương án chiến lược, và nhận biết các vấn đề xuất hiện trong thực thi chiến lược.

Sinh viên sau khi hoàn thành môn học này có thể:

- Hiểu và áp dụng các bước cần thiết để tạo ra và đánh giá các dự án kinh doanh trên phương diện chiến lược.
- Thực hiện phân tích công nghiệp sử dụng Mô hình Năm Lực lượng Cạnh tranh của M. Porter.
- Phân tích chuỗi giá trị bao gồm công ty và các đối thủ cạnh tranh.
- Tiến hành phân tích chỉ số tài chính nhằm đánh giá kết quả hoạt động của doanh nghiệp và của ngành công nghiệp.
- Sử dụng các công cụ phân tích phù hợp để diễn giải các thông tin thu thập được.
- So sánh thông tin để xác định tính xác thực và tính liên đới.
- Phân nhóm dữ liệu theo các phạm trù liên quan.
- Tiến hành phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và đe dọa.
- Tóm tắt các phương án đang có để doanh nghiệp chọn lựa.



- Tóm tắt tính hợp lý về tài chính của các phương án.
- Tóm tắt sự ảnh hưởng đến cơ cấu tổ chức doanh nghiệp của mỗi phương án.
- Bảo vệ phương án kiến nghị.

40. BA032IU - Quản lý bán hàng (Sale Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp cho sinh viên những kiến thức để hiểu biết về các chủ đề rộng về kinh tế của một quốc gia hay một khu vực và đánh giá những chính sách kinh tế vĩ mô cũng như những thay đổi của nền kinh tế cả trên phạm vi quốc gia và thế giới. Môn học này sẽ cung cấp cho sinh viên khả năng cần thiết để đánh giá các hợp phần, kinh tế như một tổng thể. Tất cả các khái niệm và kiến thức này giúp cho sinh viên lập kế hoạch cho một doanh nghiệp trong ngắn hạn và dài hạn phát triển một cách hiệu quả hơn nhờ vào việc xem xét các ảnh hưởng của chính sách vĩ mô của chính phủ.

41. BA020IU - Đạo đức kinh doanh (Business Ethics)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Mục tiêu của môn học này nhằm truyền đạt sự hiểu biết về lý thuyết và thực tiễn trong lĩnh vực đạo đức kinh doanh và kinh doanh bền vững. Sinh viên được học về các đặc điểm của các phạm trù đạo đức trong kinh doanh. Sinh viên sẽ làm quen với những lý thuyết chung của đạo đức kinh doanh như: lý thuyết về đạo đức, thuyết về các bên liên quan, lý thuyết về trách nhiệm, khởi nghiệp bền vững, những vấn đề về quyền con người, cũng như các lý thuyết và thực tiễn trong việc thực hành đạo đức kinh doanh. Sinh viên cũng tiếp thu được những khả năng để xử lý những tình huống đạo đức tiến thoái lưỡng nan một cách có hệ thống. Kết quả kỳ vọng của môn học là sinh viên có ý niệm đúng đắn về những vấn đề đang xảy ra trong kinh doanh ngày nay liên quan đến đạo đức kinh doanh và kinh doanh bền vững, những hiểu biết cơ bản về thuyết đạo đức và ứng dụng trong kinh doanh, những kỹ năng để phân tích sự tiến thoái lưỡng nan về phạm trù đạo đức, kiến thức về những phương thức và công cụ để quản lý đạo đức.

CÁC MÔN KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH MARKETING SỐ (DIGITAL MARKETING):

CÁC HỌC PHẦN BẮT BUỘC

42. BA288IU- Chiến lược Marketing Số (Digital Marketing Strategy)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:



Khóa học này cung cấp một cái nhìn tổng quan về việc phát triển và thực hiện chiến lược marketing kỹ thuật số. Các khung và mô hình chiến lược được giới thiệu để giúp bạn hiểu cách phân tích cảnh quan marketing kỹ thuật số, đánh giá hiệu quả của các chiến lược marketing kỹ thuật số khác nhau và phát triển kế hoạch marketing tích hợp nhiều phương tiện trực tuyến và ngoại tuyến. Vai trò bổ sung của marketing truyền thống và kỹ thuật số trong hành trình của khách hàng sẽ được nhấn mạnh. Các xu hướng, cơ hội và mối đe dọa trong lĩnh vực cũng sẽ được thảo luận. Nội dung cơ bản của môn học bao gồm:

- Mô tả bối cảnh số hóa hiện tại (The current digital landscape): Tổng quan về cách công nghệ số đang định hình lại mọi mặt của cuộc sống, bao gồm cả cách thức marketing và kinh doanh. Phân tích sự phát triển của các kênh kỹ thuật số và xu hướng hành vi của người dùng trên nền tảng trực tuyến. Thảo luận về tác động của dữ liệu lớn (Big Data) và trí tuệ nhân tạo (AI) đối với marketing.

- So sánh Marketing truyền thống so với Marketing kỹ thuật số (Traditional versus digital marketing): So sánh các phương pháp marketing truyền thống (in ấn, truyền hình, quảng cáo ngoài trời) với các kênh marketing kỹ thuật số (mạng xã hội, quảng cáo trực tuyến, tiếp thị nội dung). Đánh giá ưu nhược điểm của từng phương pháp tiếp cận. Thảo luận về sự hội tụ (convergence) của marketing truyền thống và marketing kỹ thuật số trong chiến lược marketing tổng hợp.

- Phát triển chiến lược marketing kỹ thuật số (Digital marketing strategy development) bao gồm: Xác định mục tiêu và đối tượng khách hàng của chiến dịch marketing kỹ thuật số. Phân tích các kênh kỹ thuật số phù hợp nhất để đạt được mục tiêu. Phát triển ngân sách và phân bổ nguồn lực cho các hoạt động marketing kỹ thuật số. Thiết lập các chỉ số đo lường hiệu quả (KPIs) để theo dõi thành công của chiến dịch.

- Mô tả các chiến thuật marketing kỹ thuật số (Digital marketing tactics): Phát triển và thiết kế website (Website development and design); Marketing trên mạng xã hội (Social media marketing); Marketing nội dung (Content marketing); Marketing công cụ tìm kiếm (Search engine marketing - SEM); Quảng cáo trực tuyến (Online advertising); Marketing qua email (Email marketing); Marketing sử dụng công nghệ kỹ thuật số mới nhất (Marketing by using latest digital technologies) như Thực tế ảo (VR), thực tế tăng cường (AR) và trí tuệ nhân tạo (AI) đang định hình tương lai của marketing.

43. BA289IU- Marketing Truyền thông Xã hội và thiết bị Di động (Social Media and Mobile Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này bao gồm các chiến lược quảng cáo, marketing và truyền thông trong bối cảnh truyền thông mạng xã hội mới. Nội dung khóa học bao gồm:

- Giới thiệu các nền tảng mạng xã hội: Bạn sẽ được giới thiệu về các dịch vụ mạng xã hội chính như Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn và những nền tảng khác, cùng với các công cụ marketing của họ có thể mang lại giá trị đáng kể cho doanh nghiệp.



- Xây dựng chiến lược marketing trên mạng xã hội: Khóa học hướng dẫn bạn cách xây dựng các chiến lược marketing trên mạng xã hội hiệu quả và theo dõi tính hiệu quả của chúng.

- Marketing trên thiết bị di động: Khóa học cũng sẽ đề cập đến các ứng dụng marketing trên nền tảng di động. Bạn sẽ tìm hiểu về hành vi của người dùng di động - xu hướng và cách sử dụng của họ, đồng thời tìm hiểu cách phát triển chiến lược di động. Các chủ đề liên quan đến marketing di động bao gồm: chiến dịch SMS, mã QR, Internet di động, ứng dụng di động. Khóa học cũng thảo luận về quảng cáo trên thiết bị di động, tìm kiếm di động, cách đo lường hiệu quả chiến dịch di động và ROI (Return on Investment - Lợi tức đầu tư).

- Học tập tích hợp với môi trường làm việc (Work Integrated Learning): Khóa học bao gồm trải nghiệm học tập tích hợp với môi trường làm việc, trong đó kiến thức và kỹ năng của bạn sẽ được áp dụng và đánh giá trong một môi trường thực tế hoặc mô phỏng. Bạn sẽ nhận được phản hồi từ các chuyên gia trong ngành và cộng đồng, giúp ích cho quá trình học tập của bạn.

44. BA290IU- Marketing Nội dung Số (Digital Content Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này sẽ giúp sinh viên phân tích lý do tại sao các thương hiệu đang chuyển từ marketing truyền thống sang marketing nội dung: cách mới để tạo ra mối quan hệ ý nghĩa và lâu dài với khách hàng. Để thành công trong thế giới kỹ thuật số liên kết mạnh mẽ của chúng ta, sinh viên cần hiểu những thay đổi đang diễn ra, cách tạo ra một chiến lược marketing nội dung, và cách đo lường thành công. Khóa học sẽ tập trung vào quy trình thiết kế một chiến lược marketing nội dung giúp các thương hiệu tương tác với khách hàng và xây dựng mối quan hệ chân thực trên nhiều kênh và điểm tiếp xúc khác nhau. Các nội dung cơ bản của khóa học gồm:

- Giới thiệu Marketing nội dung
- Tạo ra Khách hàng Mục tiêu lý tưởng (Creating the Target Buyer Persona)
- Kể chuyện Thương hiệu và Mục đích Thương hiệu
- Tạo nội dung, Tuyển chọn nội dung, Nội dung được tạo bởi Trí tuệ nhân tạo và Tối ưu hóa công cụ tìm kiếm (SEO).
- Tìm kiếm Nội dung: Lựa chọn Thông minh
- Chiến lược phân phối nội dung
- Sức mạnh kể chuyện thương hiệu bằng video
- Xây dựng Đội ngũ Content Marketing để Vận hành Hiệu quả
- Marketing Ảnh hưởng và sự Truyền miệng (WOM)
- Trải nghiệm là Thương hiệu Mới



- Đo lường Hiệu quả - Cách Đánh Giá Kế hoạch Content Marketing
- Kích hoạt Nhân viên Mạng Xã Hội: Sáng tạo và Phân phối Nội dung Thực tế

45. BA291IU- Ứng dụng AI trong Marketing (AI in Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này sẽ đào sâu vào việc tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) vào lĩnh vực marketing, khám phá những tác động biến đổi của nó đối với chiến lược, hoạt động và thu hút khách hàng. Sinh viên sẽ có được nền tảng vững chắc về các nguyên tắc cơ bản của AI, các ứng dụng trong marketing và những cân nhắc về mặt đạo đức, được củng cố bằng các bài tập thực hành và nghiên cứu điển hình. Nội dung khóa học bao gồm:

- Giới thiệu về AI
- Vai trò AI trong Marketing
- Các loại AI dùng trong Marketing
- Nghiên cứu về AI và Marketing
- Mô hình ứng dụng AI trong Marketing
- Sản phẩm và đổi mới bằng AI
- Dịch vụ vận hành bằng AI
- AI trong chuỗi cung ứng và vận hành
- AI trong trí tuệ thị trường (AI for Market Intelligence)
- Quản trị quan hệ khách hàng với AI
- Đạo đức và AI trong Marketing
- Hoạch định chiến lược với AI trong Marketing
- Tương lai AI trong Marketing

CÁC MÔN KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH MARKETING SỐ (DIGITAL MARKETING):

CÁC HỌC PHẦN LỰA CHỌN

46. BA292IU- Kinh doanh trên nền tảng số (Digital Business)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết:



Mô tả vắn tắt nội dung:

Sự xuất hiện của nền kinh tế số đã mở ra những cơ hội mới cho các doanh nghiệp, đồng thời tạo ra những hình thức cạnh tranh mới trong cả các lĩnh vực “truyền thống” và mới của nền kinh tế. Nhiều tổ chức đang ngày càng trở nên “số hóa” hơn, để nắm bắt giá trị từ những đổi mới mới, bằng cách cắt giảm chi phí, nâng cao hiệu suất và cung cấp các dịch vụ mới. Việc xác định nhiều công nghệ có thể được tích hợp trong doanh nghiệp, kết hợp với việc phát triển các chiến lược số mới là yếu tố cốt lõi để thành công của doanh nghiệp, mặc dù điều này thường là một nhiệm vụ phức tạp. Các nhà quản lý cần phải có khả năng đánh giá cao năng lực của các công nghệ số, nhưng cũng phải đánh giá cả bối cảnh tổ chức nơi chúng sẽ được áp dụng. Môn học này cung cấp cái nhìn sâu sắc về sự ra đời của doanh nghiệp số, các khái niệm chính, công nghệ và tổ chức chiến lược. Sinh viên sẽ phát triển một kế hoạch chiến lược cho một doanh nghiệp “truyền thống” có thể áp dụng các công nghệ và chiến lược số, và sẽ trình bày kế hoạch này dưới dạng một bản chào bán kinh doanh. Môn học này sẽ đặc biệt hữu ích cho sinh viên dự định làm việc trong các doanh nghiệp số hoặc làm việc trong các công ty tư vấn quản lý. Các nội dung cơ bản của môn học gồm:

- Định nghĩa về kinh doanh số
- Áp dụng công nghệ số mới trong các ngành công nghiệp 'mới' và 'truyền thống'
- Ứng dụng web: Đặc điểm, phát triển và vòng đời
- Xu hướng & Công nghệ mới (Điện toán đám mây, Ứng dụng di động và máy tính bảng, v.v.)
- Tích hợp công nghệ mới vào tổ chức
- Phát triển lợi thế cạnh tranh thông qua công nghệ
- Cộng đồng thực tiễn, Đội dự án đa dạng và Hệ thống kỹ thuật xã hội cần thiết để tạo ra các mô hình số thành công
- Lập và phát triển kế hoạch chuyển đổi số
- Thuyết trình kế hoạch chuyển đổi; đánh giá và thẩm định

47. BA148IU - Marketing Số (Digital Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Mục đích của môn học là giúp sinh viên làm quen với các khả năng sử dụng internet trong Marketing, tập trung vào truyền thông Marketing, giải thích các tính năng và chi tiết cụ thể của các công cụ Marketing hỗn hợp truyền thống trên internet và đồng thời giúp sinh viên làm quen với các cơ hội, kỹ thuật và công cụ mới, cung cấp Marketing internet. Mục đích cũng là mang đến những kiến thức mới nhất từ lĩnh vực đang phát triển nhanh chóng này và trang bị cho sinh viên những kỹ năng để áp dụng kiến thức có được vào thực tế.



48. BA293IU- Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communications)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp một cái nhìn tổng quan nâng cao về truyền thông marketing nói chung. Truyền thông Marketing Tích hợp (Integrated Marketing Communication - IMC) dựa trên việc quản lý hiệu quả và tích hợp các phương tiện truyền thông và các công cụ khác để truyền tải thông điệp marketing nhằm đạt được các mục tiêu marketing, truyền thông và mục tiêu tổng thể của tổ chức. Khóa học tập trung vào cách tiếp cận chiến lược đối với truyền thông marketing, nhấn mạnh tác động tối ưu có thể đạt được thông qua việc phối hợp sử dụng các công cụ truyền thông marketing khác nhau và tích hợp thông điệp. Môn học này đi sâu vào việc phát triển, lựa chọn và triển khai các thông điệp marketing gắn kết mà tổ chức có thể sử dụng trên các kênh marketing và truyền thông đa dạng của mình. Người học sẽ được hưởng lợi từ việc nắm được toàn diện sự phức tạp của IMC và các khía cạnh khác nhau của nó, vì điều này sẽ giúp họ đưa ra những quyết định sáng suốt và có tác động đối với các hoạt động marketing và kinh doanh nói chung.

49. BA294IU- Website Marketing

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này cung cấp hướng dẫn toàn diện để marketing website hiệu quả. Bao gồm các khái niệm thiết yếu từ việc tạo ra một trang web thân thiện với người dùng đến tận dụng các kênh marketing online khác nhau, sinh viên sẽ học được nghệ thuật và khoa học để tăng khả năng hiển thị và thu hút người dùng của trang web. Mục tiêu của khóa học:

- Hiểu các nguyên tắc cơ bản của marketing internet
- Học cách tạo và quản lý một trang web được tối ưu hóa cho công cụ tìm kiếm
- Khám phá các chiến lược khác nhau để quảng bá trang web
- Phân tích hiệu suất trang web bằng cách sử dụng theo dõi và phân tích.

50. BA295IU- Tình báo Marketing (Marketing Intelligence)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing); BA161IU- Business Research Methods



Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Marketing Intelligence (Tình báo Marketing) trang bị người học về quá trình thu thập, phân tích và sử dụng thông tin về thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh để đưa ra quyết định marketing hiệu quả hơn. Nội dung môn học tập trung vào các mục tiêu sau:

- Hiểu vai trò của Thấu hiểu Marketing trong việc gia tăng năng lực ra quyết định. Thấu hiểu Marketing (Marketing Insights) đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi dữ liệu thành những kiến thức sâu sắc giúp đưa ra quyết định marketing hiệu quả hơn. Các quyết định này bao gồm: Phân khúc thị trường, định vị thương hiệu, phát triển sản phẩm, xúc tiến hỗn hợp (Promotion Mix), đo lường và phân tích phản hồi quảng cáo giúp doanh nghiệp đánh giá hiệu quả chiến dịch và đưa ra các điều chỉnh cần thiết.

- Giới thiệu các công cụ Trí tuệ thị trường phổ biến như: Nghiên cứu thị trường: Thực hiện khảo sát, phỏng vấn và thu thập dữ liệu về thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh; Phân tích dữ liệu khách hàng (CRM): Sử dụng phần mềm CRM để thu thập, lưu trữ và phân tích dữ liệu về hành vi mua hàng, sở thích và nhu cầu của khách hàng; Công cụ theo dõi mạng xã hội: Theo dõi các cuộc hội thoại trên mạng xã hội để nắm bắt xu hướng, tâm lý khách hàng và hoạt động của đối thủ cạnh tranh; Công cụ phân tích web: Phân tích hành vi của người dùng trên website để hiểu rõ hơn về hành trình khách hàng và tối ưu hóa trang web.

- Học cách nhìn nhận các vấn đề và quy trình marketing theo hướng tận dụng lợi thế từ việc ra quyết định sáng suốt ví dụ: Sử dụng dữ liệu và phân tích để xác định chính xác vấn đề marketing đang gặp phải; Thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau để có cái nhìn toàn diện về vấn đề; Sử dụng các kỹ thuật phân tích dữ liệu để tìm ra những mối liên quan và hiểu rõ bản chất của vấn đề; Dựa trên phân tích, đề xuất các giải pháp marketing được hỗ trợ bởi dữ liệu và thông tin thực tế; Theo dõi hiệu quả của các giải pháp marketing đã triển khai để đánh giá thành công và đưa ra các điều chỉnh cần thiết.

51. BA296IU- Bán lẻ Đa Kênh (Omnichannel Retailing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Bán lẻ đa kênh (omnichannel) là chiến lược tích hợp các kênh bán hàng vật lý (cửa hàng) và kỹ thuật số (online, di động) để mang lại trải nghiệm mua sắm liền mạch cho khách hàng. Nghiên cứu này sẽ phân tích các nguyên tắc tổ chức và chiến lược được áp dụng bởi các nhà bán lẻ tích hợp hoạt động của ít nhất hai kênh, bao gồm cửa hàng, trực tuyến và/hoặc kênh bán lẻ qua catalogue. Nội dung môn học bao gồm:

- Tổng quan về Bán lẻ Omnichannel
- Các kênh bán lẻ và ưu nhược điểm
- Thấu hiểu hành vi người mua omnichannel
- Chiến lược bán lẻ omnichannel



- Công nghệ hỗ trợ omnichannel

52. BA297IU- Marketing qua người có tầm ảnh hưởng (Influencer Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (2 lý thuyết + 1 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Mạng xã hội đang tạo ra hàng tỷ đô la doanh thu mỗi năm nhờ sức mạnh của những người ảnh hưởng (influencer). Khóa học này sẽ giúp bạn hiểu về influencer, cách trở thành người ảnh hưởng và tận dụng sức ảnh hưởng của người khác để xây dựng thương hiệu mạnh mẽ, sinh lời. Khóa học trang bị người học về các kiến thức sau:

- Hiểu influencer là gì.
- Thực hiện chiến dịch marketing truyền thông xã hội thông qua việc sử dụng những người ảnh hưởng trên mạng xã hội, bao gồm cách chọn người ảnh hưởng phù hợp để tiếp cận thị trường mục tiêu của bạn.
- Khám phá các phương pháp hữu cơ và trả phí để xây dựng sức ảnh hưởng trên mạng xã hội của riêng bạn.
- Học cách phân tích hiệu quả của marketing influencer.
- Thảo luận các chiến lược để đàm phán hợp đồng phù hợp với người ảnh hưởng ở các giai đoạn tiếp cận khác nhau, bao gồm cả micro-influencer (người ảnh hưởng có lượng người theo dõi vừa phải) và những người nổi tiếng toàn quốc.
- Hiểu cách tiếp cận và xây dựng mối quan hệ với những người ảnh hưởng.
- Nghiên cứu các phương pháp để đo lường chính xác mức độ ảnh hưởng của thương hiệu của bạn và những cá nhân bạn có thể hợp tác để quảng bá thương hiệu.

CÁC MÔN KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ VẬN HÀNH MARKETING (MARKETING OPERATION MANAGEMENT): CÁC HỌC PHẦN BẮT BUỘC

53. BA082IU - Quản trị thương hiệu (Brand Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Mục đích của môn học này là nâng cao sự hiểu biết về các khái niệm thương hiệu và xây dựng chiến lược xây dựng, tận dụng và bảo vệ thương hiệu. Các chủ đề nghiên cứu khác bao gồm thực hiện và đo lường thương hiệu, tập trung vào việc quản lý các chương trình ảnh hưởng đến hành vi của người tiêu



dùng và kênh. Môn học sử dụng nhiều hình thức nhằm giúp học viên có cái nhìn tổng quan toàn diện về nền tảng kiến thức về quản lý thương hiệu hiệu quả, giúp nâng cao khả năng áp dụng các khái niệm này vào việc phát triển các chiến lược và kế hoạch thực hiện thương hiệu cạnh tranh.

54. BA182IU - Quản trị Quan hệ khách hàng (Customer Relationship Management)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học cung cấp kiến thức giúp người học xây dựng chiến lược và tổ chức CRM trong một tổ chức bằng cách xác định một trong những yếu tố then chốt của CRM như trí thông minh khách hàng, những thông tin chúng ta muốn biết về khách hàng và cách thức tổ chức các quy trình này. Sau đó, người học sẽ xác định vai trò của CRM trong lĩnh vực marketing. Khóa học cũng thảo luận về các dịch vụ cung cấp cho khách hàng, quyết định đầu tư vào mối quan hệ với khách hàng cụ thể như thế nào và cách phát triển mối quan hệ này, chẳng hạn như việc thử nghiệm các kênh cần được áp dụng để đảm bảo tổ chức có thể sử dụng những kênh nào để tương tác với khách hàng. Theo góc nhìn của khách hàng, một tổ chức có thể phát triển chiến lược đa kênh và quyết định cách tổ chức các kênh này, đồng thời tìm hiểu về sự phát triển của Internet, bao gồm cả mạng xã hội, tự động hóa marketing, tự động hóa lực lượng bán hàng và tự động hóa dịch vụ. Cuối cùng, khóa học nhấn mạnh vào hệ thống CRM và ứng dụng của chúng trong hiện tại và tương lai. Nội dung khóa học bao gồm:

- Giới thiệu tổng quan về CRM
- Hiểu mối quan hệ
- Quản lý hành trình khách hàng: Thu hút khách hàng
- Quản lý hành trình khách hàng: Phát triển và duy trì khách hàng
- Quản lý danh mục đầu tư khách hàng
- Quản lý giá trị trải nghiệm của khách hàng
- Tự động hóa marketing
- Tự động hóa lực lượng bán hàng
- Tự động hóa dịch vụ
- Phát triển và quản lý dữ liệu khách hàng
- Sử dụng dữ liệu khách hàng
- Kế hoạch đi đến thành công
- Triển khai CRM



55. BA295IU- *Tình báo Marketing (Marketing Intelligence)*

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing); BA161IU- Business Research Methods

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học Marketing Intelligence (Trí tuệ Marketing) trang bị người học về quá trình thu thập, phân tích và sử dụng thông tin về thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh để đưa ra quyết định marketing hiệu quả hơn. Nội dung môn học tập trung vào các mục tiêu sau:

- Hiểu vai trò của Thấu hiểu Marketing trong việc gia tăng năng lực ra quyết định. Thấu hiểu Marketing (Marketing Insights) đóng vai trò quan trọng trong việc chuyển đổi dữ liệu thành những kiến thức sâu sắc giúp đưa ra quyết định marketing hiệu quả hơn. Các quyết định này bao gồm: Phân khúc thị trường, định vị thương hiệu, phát triển sản phẩm, xúc tiến hỗn hợp (Promotion Mix), đo lường và phân tích phản hồi quảng cáo giúp doanh nghiệp đánh giá hiệu quả chiến dịch và đưa ra các điều chỉnh cần thiết.

- Giới thiệu các công cụ Trí tuệ thị trường phổ biến như: Nghiên cứu thị trường: Thực hiện khảo sát, phỏng vấn và thu thập dữ liệu về thị trường, khách hàng và đối thủ cạnh tranh; Phân tích dữ liệu khách hàng (CRM): Sử dụng phần mềm CRM để thu thập, lưu trữ và phân tích dữ liệu về hành vi mua hàng, sở thích và nhu cầu của khách hàng; Công cụ theo dõi mạng xã hội: Theo dõi các cuộc hội thoại trên mạng xã hội để nắm bắt xu hướng, tâm lý khách hàng và hoạt động của đối thủ cạnh tranh; Công cụ phân tích web: Phân tích hành vi của người dùng trên website để hiểu rõ hơn về hành trình khách hàng và tối ưu hóa trang web.

- Học cách nhìn nhận các vấn đề và quy trình marketing theo hướng tận dụng lợi thế từ việc ra quyết định sáng suốt ví dụ: Sử dụng dữ liệu và phân tích để xác định chính xác vấn đề marketing đang gặp phải; Thu thập dữ liệu từ nhiều nguồn khác nhau để có cái nhìn toàn diện về vấn đề; Sử dụng các kỹ thuật phân tích dữ liệu để tìm ra những mối liên quan và hiểu rõ bản chất của vấn đề; Dựa trên phân tích, đề xuất các giải pháp marketing được hỗ trợ bởi dữ liệu và thông tin thực tế; Theo dõi hiệu quả của các giải pháp marketing đã triển khai để đánh giá thành công và đưa ra các điều chỉnh cần thiết.

56. BA292IU- *Kinh doanh trên nền tảng số (Digital Buisness)*

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Sự xuất hiện của nền kinh tế số đã mở ra những cơ hội mới cho các doanh nghiệp, đồng thời tạo ra những hình thức cạnh tranh mới trong cả các lĩnh vực “truyền thống” và mới của nền kinh tế. Nhiều tổ chức đang ngày càng trở nên “số hóa” hơn, để nắm bắt giá trị từ những đổi mới mới, bằng cách cắt giảm chi phí, nâng cao hiệu suất và cung cấp các dịch vụ mới. Việc xác định nhiều công nghệ có thể được tích hợp trong



doanh nghiệp, kết hợp với việc phát triển các chiến lược số mới là yếu tố cốt lõi để thành công của doanh nghiệp, mặc dù điều này thường là một nhiệm vụ phức tạp. Các nhà quản lý cần phải có khả năng đánh giá cao năng lực của các công nghệ số, nhưng cũng phải đánh giá cả bối cảnh tổ chức nơi chúng sẽ được áp dụng. Môn học này cung cấp cái nhìn sâu sắc về sự ra đời của doanh nghiệp số, các khái niệm chính, công nghệ và tổ chức chiến lược. Sinh viên sẽ phát triển một kế hoạch chiến lược cho một doanh nghiệp “truyền thống” có thể áp dụng các công nghệ và chiến lược số, và sẽ trình bày kế hoạch này dưới dạng một bản chào bán kinh doanh. Môn học này sẽ đặc biệt hữu ích cho sinh viên dự định làm việc trong các doanh nghiệp số hoặc làm việc trong các công ty tư vấn quản lý. Các nội dung cơ bản của môn học gồm:

- Định nghĩa về kinh doanh số
- Áp dụng công nghệ số mới trong các ngành công nghiệp 'mới' và 'truyền thống'
- Ứng dụng web: Đặc điểm, phát triển và vòng đời
- Xu hướng & Công nghệ mới (Điện toán đám mây, Ứng dụng di động và máy tính bảng, v.v.)
- Tích hợp công nghệ mới vào tổ chức
- Phát triển lợi thế cạnh tranh thông qua công nghệ
- Cộng đồng thực tiễn, Đội dự án đa dạng và Hệ thống kỹ thuật xã hội cần thiết để tạo ra các mô hình số thành công
- Lập và phát triển kế hoạch chuyển đổi số
- Thuyết trình kế hoạch chuyển đổi; đánh giá và thẩm định.

CÁC MÔN KIẾN THỨC CHUYÊN NGÀNH QUẢN TRỊ VẬN HÀNH MARKETING (MARKETING OPERATION MANAGEMENT): CÁC HỌC PHẦN LỰA CHỌN

57. BA293IU- Truyền thông Marketing tích hợp (Integrated Marketing Communications)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này cung cấp một cái nhìn tổng quan nâng cao về truyền thông marketing nói chung. Truyền thông Marketing Tích hợp (Integrated Marketing Communication - IMC) dựa trên việc quản lý hiệu quả và tích hợp các phương tiện truyền thông và các công cụ khác để truyền tải thông điệp marketing nhằm đạt được các mục tiêu marketing, truyền thông và mục tiêu tổng thể của tổ chức. Khóa học tập trung vào cách tiếp cận chiến lược đối với truyền thông marketing, nhấn mạnh tác động tối ưu có thể đạt được thông qua việc phối hợp sử dụng các công cụ truyền thông marketing khác nhau và tích hợp thông điệp. Môn học này đi sâu vào việc phát triển, lựa chọn và triển khai các thông điệp marketing gắn kết mà tổ chức có thể sử dụng trên các kênh marketing và truyền thông đa dạng của mình. Người học sẽ được hưởng lợi từ việc nắm được toàn diện sự phức tạp của IMC và các khía cạnh khác nhau của nó, vì điều này sẽ



giúp họ đưa ra những quyết định sáng suốt và có tác động đối với các hoạt động marketing và kinh doanh nói chung.

58. BA023IU - Quản trị Dự án trong Marketing (Project Management on Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này nghiên cứu về việc quản lý dự án từ khái niệm cho đến các hoạt động. Môn học này nhấn mạnh vào các kỹ năng như: lập kế hoạch, điều độ, kiểm soát, phân tích kinh tế, quản lý chất lượng, và thỏa mãn các yêu cầu của khách hàng. Đồng thời, các tiêu chuẩn để xác định một dự án là thành công hay không cũng sẽ được trình bày trong môn học này. Môn học này tạo điều kiện cho sinh viên có thể có tác động tức thì đến việc hoàn thành thành công các dự án mà họ tham gia.

59. BA183IU - Kênh Marketing (Marketing Channels)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Kênh marketing là tập hợp các tổ chức phụ thuộc lẫn nhau tham gia vào quá trình đưa sản phẩm hoặc dịch vụ ra thị trường để sử dụng hoặc tiêu dùng. Quản lý kênh marketing và phân phối là một khía cạnh thiết yếu của hoạt động thương mại. Trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng phức tạp và đầy thách thức hiện nay, các tổ chức cần biết cách lựa chọn và quản lý hiệu quả các kênh marketing để có thể tạo ra các quan hệ đối tác có khả năng tạo ra giá trị, niềm tin và tránh xung đột. Môn học này giúp sinh viên hiểu và mô tả được các thuật ngữ kênh marketing; thấu hiểu các cấu trúc, chiến lược và mô hình kênh; khả năng vận dụng nguyên tắc và quy trình kênh vào tình huống thực tế; phân tích được các lựa chọn kênh khác nhau bằng các tiêu chí ra quyết định; khả năng đề xuất cấu trúc và quy trình kênh, cung cấp lý do cho việc triển khai chúng; khả năng tạo chiến lược kênh và kế hoạch hành động nhằm tạo ra những cải tiến gia tăng.

60. BA045IU- Marketing B2B

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học này tập trung vào các kỹ năng mà sinh viên cần có để hiểu các nhu cầu độc đáo của khách hàng doanh nghiệp và thành công trong các vai trò marketing và quản lý trong các doanh nghiệp



B2B. Nghiên cứu tình huống và diễn giả khách mời tập trung vào các kỹ năng marketing B2B bao gồm: mô hình mua bán tổ chức; ra mắt các sản phẩm và dịch vụ B2B; định giá dòng sản phẩm; quản lý và hỗ trợ bán hàng; quản lý các đối tác phân phối; và sử dụng mạng xã hội để quảng bá B2B. Nội dung môn học bao gồm:

- Tổng quan về B2B
- Giới thiệu Marketing trong B2B
- Đánh giá nhu cầu khách hàng
- Phân đoạn khách hàng tổ chức (kinh doanh)
- Phòng vấn khách hàng thành công
- Xây dựng thương hiệu B2B
- Mô hình bán hàng qua quan hệ (Relationship Selling Model)
- Các công cụ bán hàng và truyền thông
- Marketing nội dung
- Phát triển kênh và phân phối sản phẩm
- Công nghệ Marketing B2B
- Xu hướng trong B2B marketing

61. BA027IU - Thương mại điện tử (E-commerce)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học trang bị về cơ sở lý thuyết cũng như các công cụ cần thiết để xây dựng và quản lý các website thương mại điện tử. Nội dung môn học bao gồm: mô hình kinh doanh thương mại điện tử, chiến lược Tiếp thị, vấn đề an ninh và bảo mật hệ thống, thanh toán qua mạng, phần cứng/phần mềm, các vấn đề về pháp luật và đạo đức kinh doanh thương mại điện tử, hoạt động thương mại điện tử trên thế giới và ở Việt Nam.

62. BA294IU- Website Marketing

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:



Khóa học này cung cấp hướng dẫn toàn diện về marketing website hiệu quả. Bao gồm các khái niệm thiết yếu từ việc tạo ra một trang web thân thiện với người dùng đến tận dụng các kênh marketing online khác nhau, sinh viên sẽ học được nghệ thuật và khoa học để tăng khả năng hiển thị và thu hút người dùng của trang web. Mục tiêu của khóa học:

- Hiểu các nguyên tắc cơ bản của marketing internet
- Học cách tạo và quản lý một trang web được tối ưu hóa cho công cụ tìm kiếm
- Khám phá các chiến lược khác nhau để quảng bá trang web
- Phân tích hiệu suất trang web bằng cách sử dụng theo dõi và phân tích

63. BA291IU- Ứng dụng AI trong Marketing (AI in Marketing)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học này sẽ đào sâu vào việc tích hợp trí tuệ nhân tạo (AI) vào lĩnh vực marketing, khám phá những tác động biến đổi của nó đối với chiến lược, hoạt động và thu hút khách hàng. Sinh viên sẽ có được nền tảng vững chắc về các nguyên tắc cơ bản của AI, các ứng dụng trong marketing và những cân nhắc về mặt đạo đức, được củng cố bằng các bài tập thực hành và nghiên cứu điển hình. Nội dung khóa học bao gồm:

- Giới thiệu về AI
- Vai trò AI trong Marketing
- Các loại AI dùng trong Marketing
- Nghiên cứu về AI và Marketing
- Mô hình ứng dụng AI trong Marketing
- Sản phẩm và đổi mới bằng AI
- Dịch vụ vận hành bằng AI
- AI trong chuỗi cung ứng và vận hành
- AI trong trí tuệ thị trường (AI for Market Intelligence)
- Quản trị quan hệ khách hàng với AI
- Đạo đức và AI trong Marketing
- Hoạch định chiến lược với AI trong Marketing
- Tương lai AI trong Marketing



64. BA149IU - Lập kế hoạch sản phẩm mới (New Product Planning)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (3 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: BA003IU – Nguyên lý Marketing (Principles of Marketing)

Mô tả vắn tắt nội dung:

Môn học nhằm mục đích phát triển kiến thức và kỹ năng cần thiết để duy trì lợi thế cạnh tranh thông qua đổi mới. Kết quả của việc nghiên cứu môn học này, bạn sẽ hiểu rõ hơn cách nhận biết các cơ hội mới cũng như bắt đầu, phát triển và giám sát chúng. Môn học nhằm mục đích đảm bảo rằng bạn sẽ có các kỹ năng và khả năng liên quan cần thiết trong thế giới doanh nghiệp. Để đạt được những mục tiêu này, môn học sẽ cung cấp cách tiếp cận quản lý chiến lược để đổi mới, phát triển sản phẩm và giám sát liên tục từ góc độ tiếp thị. Trong suốt môn học, sinh viên sẽ được giới thiệu các lý thuyết, mô hình và công cụ phù hợp khác để hỗ trợ việc ra quyết định được cải thiện liên quan đến quản lý sản phẩm mới.

CÁC MÔN LUẬN VĂN TỐT NGHIỆP, THỰC TẬP

65. BA153IU - Thực tập (Internship)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (0 lý thuyết + 3 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Không

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa thực tập này nhằm mục đích trang bị cho sinh viên những kinh nghiệm thực tế từ việc tham gia trực tiếp làm việc tại các doanh nghiệp trong mảng kinh doanh tổng hợp. Thực tập giúp sinh viên áp dụng các kiến thức và kỹ năng học được tại trường đại học để thực hành và giải quyết các vấn đề thực tế của ngành. Đây là cơ hội để sinh viên ứng dụng những gì đã học vào bối cảnh thực tế. Điều này sẽ giúp sinh viên củng cố kiến thức và trải nghiệm tính chuyên nghiệp trong môi trường thực tế, là nền tảng tốt cho sự nghiệp tương lai.

66. BA255IU- Thực tập chuyên sâu (Specialized Internship)

Số tín chỉ: 3 tín chỉ (0 lý thuyết + 3 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Đã hoàn thành các học phần cơ sở ngành và chuyên ngành

Mô tả vắn tắt nội dung:

Khóa học "Thực tập chuyên sâu" là một trải nghiệm then chốt dành cho sinh viên tại Khoa QTKD, nhằm mục đích thu hẹp khoảng cách giữa lý thuyết học thuật và thực tiễn kinh doanh. Khóa học năng động này cung cấp cho sinh viên cơ hội duy nhất để áp dụng kiến thức và kỹ năng học thuật của họ trong môi trường chuyên nghiệp, tạo điều kiện tham gia sâu vào các thách thức và giải pháp cụ thể của ngành. Bằng cách



tham gia thực tập này, sinh viên sẽ có được kinh nghiệm thực tế vô giá, phát triển năng lực chuyên môn và nâng cao hiểu biết về hoạt động kinh doanh và quản lý trong lĩnh vực học tập của mình.

67. BA170IU - Luận văn tốt nghiệp (Thesis)

Số tín chỉ: 12 tín chỉ (12 lý thuyết + 0 thực hành)

Điều kiện tiên quyết: Đã hoàn thành các môn học đại cương, cơ sở ngành và chuyên ngành.

Mô tả vắn tắt nội dung:

Luận văn tốt nghiệp là môn học bắt buộc của sinh viên năm cuối trước khi tốt nghiệp. Sinh viên được hướng dẫn bởi một giảng viên của Khoa QTKD trong việc xác định đề tài, cách thức triển khai. Sinh viên có thể chọn một đề tài gắn liền với một tổ chức cụ thể hoặc một đề tài có tính bao quát bao cao. Mục tiêu của luận văn tốt nghiệp là giúp sinh viên áp dụng các lý thuyết đã học trên lớp để giải quyết một vấn đề thực tế trong xã hội của ngành Marketing. Luận văn đòi hỏi có tính sáng tạo, trình bày logic, khoa học và có đóng góp vào cơ sở lý luận của ngành và tính thực tiễn của tổ chức. Quy trình thực hiện và đánh giá luận văn tốt nghiệp của sinh viên hệ cử nhân ngành Marketing được thực hiện theo quy định chung của Trường Đại học Quốc tế.

14. Đội ngũ giảng viên, cán bộ khoa học để mở ngành đào tạo

STT	HỌ VÀ TÊN	NĂM SINH	HỌC HẠM	HỌC VỊ	NGÀNH
1	Hà Minh Trí	19/12/1970	PGS	Tiến sĩ	Kinh tế phát triển
2	Tôn Nữ Ngọc Hân	08/04/1989		Tiến sĩ	Quản lý công Media
3	Bùi Thanh Thanh	12/12/1997		Thạc sĩ	&Communications
4	Nguyễn Quế Tiên	16/05/1988		Thạc sĩ	Marketing
5	Lại Vĩnh Phúc	06/09/1992		Thạc sĩ	Marketing
6	Lê Đình Minh Trí	03/06/1986	PGS	Tiến sĩ	Marketing
7	Alang Thới	19/02/1985		Tiến sĩ	Quản trị
8	Nguyễn Thế Mẫn	30/03/1990		Tiến sĩ	Quản trị Kinh doanh
9	Hoàng Đức Sinh	21/07/1989		Tiến sĩ	Kinh tế và Quản trị

15. Cơ sở vật chất để mở ngành đào tạo

Cơ sở vật chất, trang thiết bị phục vụ chương trình đào tạo Marketing

STT	Hạng mục	Số lượng	Diện tích sàn xây dựng (m ²)	Môn học	Thời gian sử dụng (học kỳ, năm học)	Ghi chú
1	Hội trường, giảng đường, phòng học các loại, phòng đa	142	9775.54			= 1.1 + 1.2 +



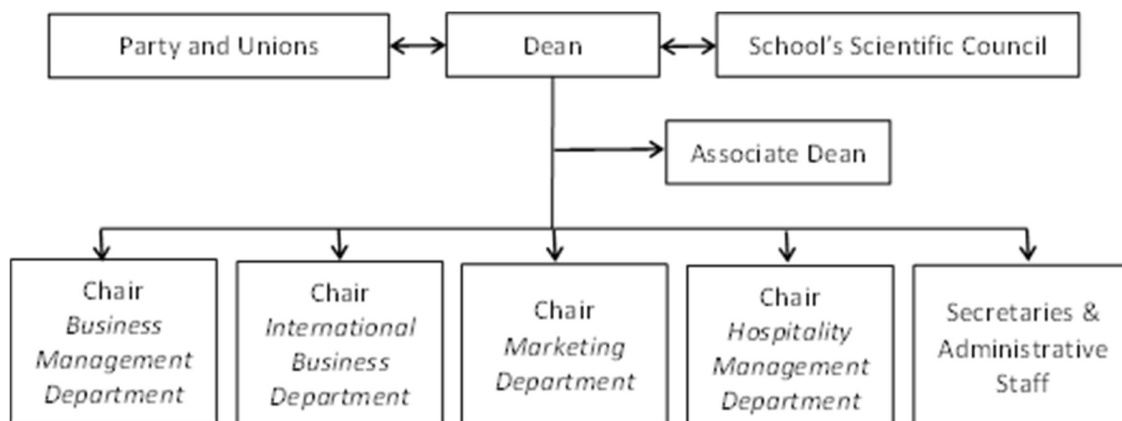
	năng, phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên cơ hữu					1.3 + 1.4 + 1.6
1.1	Hội trường, phòng học lớn trên 200 chỗ	0	0			
1.2	Phòng học từ 100-200 chỗ	9	1987.6			Tất cả các phòng học tại IU đều là phòng học đa phương tiện
1.3	Phòng học từ 50-100 chỗ	56	4136.38			
1.4	Phòng học dưới 50 chỗ	33	1622			
1.5	Phòng học đa phương tiện	98	7745.98			1.5 = 1.1 + 1.2 + 1.3 + 1.4
1.6	Phòng làm việc của giáo sư, phó giáo sư, giảng viên toàn thời gian	44	2029.56			Văn phòng Khoa, Bộ môn, Ban Giám hiệu, phòng Giảng viên
2	Thư viện, trung tâm học liệu	3	1435			
3	Trung tâm nghiên cứu, phòng thí nghiệm, thực nghiệm, cơ sở thực hành, thực tập, luyện tập	66	4732			

16. Tổ chức bộ máy quản lý để mở ngành đào tạo

Khoa QTKD hiện tại có 47 giảng viên và chuyên viên cơ hữu. Sơ đồ tổ chức của Khoa được thể hiện trong biểu đồ dưới đây. Cụ thể, Ban chủ nhiệm khoa gồm Trưởng khoa (PGS.TS Hà Minh Trí) và 1 Phó Trưởng Khoa (PGS.TS Mai Ngọc Khương). Khoa được tổ chức thành 4 bộ môn và 1 Văn phòng. Bộ môn Quản trị doanh nghiệp (Trưởng Bộ môn TS Phan Triều Anh), Bộ môn Kinh doanh Quốc tế (Trưởng Bộ môn TS Bùi Quang Thông), Bộ môn Marketing (Trưởng Bộ môn TS Alang Thới) và Bộ môn Quản trị Nhà hàng-KS-DL (Trưởng Bộ môn PGS.TS Phạm Tấn Nhật). Văn phòng khoa gồm 6 chuyên viên (Thư ký) phụ trách công tác giáo vụ, hành chính, quản lý sinh viên. Khoa cũng có các Trợ lý do các giảng viên cơ hữu



kiêm nhiệm. Ngoài ra, Khoa QTKD có tổ chức Công Đoàn bộ phận (thuộc Công đoàn BP 7), Tổ đảng thuộc Chi bộ 5. Hội Đồng Khoa học của Khoa gồm 15 thành viên, trong đó 05 thành viên đến từ các tổ chức doanh nghiệp bên ngoài.



17. Danh sách cố vấn học tập

STT	HỌ VÀ TÊN	NĂM SINH	HỌC HẠM	HỌC VỊ	NGÀNH
1	Tôn Nữ Ngọc Hân	08/04/1989		Tiến sĩ	Quản lý công
2	Bùi Thanh Thanh	12/12/1997		Thạc sĩ	Media & Communications
3	Nguyễn Quế Tiên	16/05/1988		Thạc sĩ	Marketing
4	Lại Vĩnh Phúc	06/09/1992		Thạc sĩ	Marketing
5	Alang Thờ	19/02/1985		Tiến sĩ	Quản trị
6	Nguyễn Thế Mẫn	30/03/1990		Tiến sĩ	Quản trị Kinh doanh
7	Hoàng Đức Sinh	21/07/1989		Tiến sĩ	Kinh tế và Quản trị

18. Hướng dẫn thực hiện chương trình

Ngành Marketing sẽ bắt đầu thực hiện tuyển sinh từ tháng 9 năm 2024 với quy mô tuyển sinh là 50 sinh viên. Sinh viên sẽ được học các môn học thuộc kiến thức giáo dục đại cương, rồi đến các môn học thuộc kiến thức cơ sở ngành và chuyên ngành. Chương trình đào tạo theo học chế tín chỉ và hoàn toàn bằng tiếng Anh, cho phép trao đổi sinh viên sang các trường đại học liên kết ở nước ngoài và đảm bảo liên thông đào tạo trình độ sau đại học trong và ngoài nước. Ngoài ra chương trình cũng cung cấp các môn học tự chọn có thời lượng từ 2 đến 4 tín chỉ nhằm bổ sung chuyên môn và định hướng nghiên cứu. Bài giảng cho mỗi môn học được soạn thành nhiều chuyên đề chuyên sâu, do giảng viên cơ hữu và các chuyên gia, giảng viên thỉnh giảng đảm nhận.

PGS. TS. Lê Văn Thăng, Hiệu trưởng trường Đại học Quốc tế chủ trì, tổ chức thực hiện chương trình giáo dục này cùng với sự cố vấn của Ban Cố Vấn và Hội Đồng Khoa Học nhà trường

- Trường khoa Quản trị Kinh doanh cùng Ban soạn thảo chương trình có trách nhiệm tham mưu cho Ban Giám hiệu, lập kế hoạch triển khai và đảm bảo chất lượng cho chương trình.



- Toàn thể giảng viên cơ hữu của khoa QTKD đảm nhiệm công tác cố vấn học tập , hướng dẫn sinh viên thực hiện chương trình giáo dục này.
- Mọi thắc mắc của sinh viên đều được tiếp nhận và giải quyết theo quy trình của trường Đại học Quốc tế, ĐHQG TP Hồ Chí Minh

19. Kế hoạch đảm bảo chất lượng và kiểm định chương trình đào tạo

Thời gian	Công việc
01/2027	Rà soát chương trình đào tạo
1/2028	Bộ môn tự đánh giá chương trình theo chuẩn quốc tế
1/2029 12/2029	Đăng ký kiểm định theo chuẩn quốc tế
12/2030	Tham gia đánh giá chính thức theo chuẩn quốc tế

KT. HIỆU TRƯỞNG

PHÓ HIỆU TRƯỞNG

Đinh Đức Anh Vũ